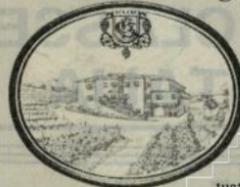


In questo servizio di Franco Tommaso Marchi tutti i consigli utili per una corretta e attenta interpretazione delle etichette.

SAPER LEGGERE L'ETICHETTA È SEMPRE MEGLIO

**CADEL BOSCO
FRANCIACORTA
PINOT**
Denominazione di Origine Controllata



1982

Vino ottenuto esclusivamente con uve di pinot bianco dei vigneti di proprietà, situati nel Comune di Erbusco, partita catastale 1027, foglio 27, mappali 18-47-52p - 186p. Da 811 q.li di uva, vendemmiata dal 9 al 14 settembre 1982, si sono ottenuti al termine della vinificazione 527 hl., pari a 70.266 bottiglie, imbottigliate a Erbusco (Italia) dall'Azienda Agricola Cà del Bosco di Annamaria Clementi Zanella.

Questa è la bottiglia n. FACTICE

0,75 lt. v.q.p.r.d. 11,9% vol.

Capita sovente di acquistare una bottiglia di vino in parte attratti da un'appariscente etichetta. È pur vero che a volte essa rappresenta una vera e propria opera d'arte, che "veste" elegantemente una bottiglia, rappresentando l'elemento principale, il più appariscente, ma di tanto in tanto il livello informativo di essa non è molto esauriente.

Se è vero che la prima impressione, come spesso succede, è determinante, allora impariamo a leggere le etichette. Poiché se il colpo d'occhio convince, ma il contenuto è scadente, la qualità riguarda solo l'etichetta, allora si tratta soltanto di una lusinga e le lusinghe mal si addicono alla serietà e al buon nome del produttore. Purtroppo ancora troppo spesso si trovano in commercio queste "fantasie".

La nostra terra che per naturale conformazione è molto generosa e prodiga nel dare a tutti noi questo meraviglioso prodotto che si chiama vino, ci ha creato dei problemi di serietà. Centinaia e centinaia di tipi di vino vengono messi in commercio e sarebbe assurdo pretendere che il consumatore sia un ferrato conoscitore di qualità. Questo sarebbe auspicabile, ma con tante altre cose, ci si potrà arrivare gradatamente e questo grazie soprattutto all'informazione attraverso

L'Azienda Agricola Cà del Bosco, situata nel cuore della Franciacorta, a sud del Lago d'Iseo e a nord del Monte Orfano, ha un solo obiettivo: esasperare rabbiosamente la qualità dei suoi vini e spumanti classici. Maestosi boschi cedui attorniano l'anfiteatro geometrico e ondulato dei vigneti, dove specifiche aree microclimatiche, storicamente in grado di produrre uve di eccellente qualità, sono tenute costantemente sotto controllo. Il momento della vendemmia viene deciso in base alla gradazione zuccherina, all'acidità e al fattore ph. Dall'ottenimento del mosto scatta un intenso programma di analisi e controlli qualità, che proseguono per tutte le varie fasi fino all'imbottigliamento, autorizzato da un apposito «comitato assaggiatore».

Contenuto zuccherino alla vendemmia: 18,35.

* Acidità totale delle uve : 8,10‰
* Acidità totale : 5,90‰
* Acidità volatile : 0,27‰
* Ph. : 3,40
Invecchiamento consigliato : massimo 2 anni

* analisi effettuate prima dell'imbottigliamento

Il Franciacorta Pinot Cà del Bosco ha un colore paglierino con riflessi verdognoli. Il profumo è delicato, elegante e continuo. Il sapore è secco e senza asperità, piacevolmente fresco e con una vena acidula. Accompagna antipasti di magro, soufflés, e sfornati, piatti di pesce di mare e d'acqua dolce sia in bianco che arrosto. Va servito a temperatura di 10°.

so questi organi di stampa. Di fronte ad un'alternativa di scelta fra due bottiglie con l'esposizione in etichetta del nome dello stesso vino noto ma di due produttori sconosciuti, la scelta, immancabilmente, cadrà su quella bottiglia che porta un'etichetta più appariscente perché appaga l'occhio dell'acquirente sprovveduto, anche se solo dal punto di vista fondamentale e cioè informativo. Quindi l'etichetta finisce per essere la sirena incantatrice dell'acquirente, quando invece dovrebbe rappresentare per lui la guida informativa più sicura.

Non lasciamoci abbagliare da colori vistosi o da scritte invitanti, dando una distratta occhiata all'etichetta; interpretiamola invece con la dovuta attenzione e intelligenza. In poche e semplici parole cercherò dunque di discernere, nell'ideazione di un'etichetta, ciò che è essenziale da ciò che essenziale non è.

Dunque, in primo luogo esistono ben precise norme di legge, che non possono e non devono essere ignorate nella presentazione commerciale dei vini. Si tratta dei seguenti elementi:

- la denominazione del vino
- la regione di provenienza
- il nome del produttore
- il nome dell'imbottigliatore e località

- l'annata della vendemmia (che può essere anche sul collarino)
- il tenore alcolico
- il quantitativo contenuto nella bottiglia
- l'eventuale indicazione D.O.C. o V.Q.P.R.D. — ora anche D.O.C.G. — oppure la dizione: "vino da tavola" con indicazione geografica della zona di provenienza.

Si tratta di indicazioni che sono obbligatorie e che naturalmente vengono fornite dal produttore. Ma quali altre indicazioni sarebbe auspicabile facesse la loro apparizione sulle bottiglie per far sì che il commercio dei vini risponda alle esigenze non solo dei produttori ma anche di tutti coloro che formano la catena che porterà il vino al suo ultimo destino, cioè al consumatore?

Porrei tali ulteriori indicazioni sulla controetichetta e le dividerei in due ben chiare e distinte categorie:

— la prima, attinente alla tecnica di produzione, dovrebbe specificare l'uva o le uve che concorrono alla produzione del vino con le relative percentuali, una concisa ma esauriente descrizione delle caratteristiche, la temperatura ottimale per apprezzare meglio queste ultime, le modalità di conservazione;

— la seconda, meno tecnica, ma molto importante, dato che la destinazione ultima del vino è la tavola, dovrebbe riguardare l'abbinamento gastronomico, ad evitare che l'inesperto consumatore beva (o faccia bere: ancora molti ristoratori e loro personale ignorano alcune regole fondamentali) un Barbera o un Cabernet su un piatto composto di filetto di sogliola al burro, o fragranti vini bianchi o rosati con un brasato di manzo. Penso giovi ricordare, che le qualità di un vino sono sottolineate da un perfetto "matrimonio" col cibo adatto, mentre un accoppiamento sbagliato lo mette in una luce negativa; è d'altra parte un vero peccato rovinare, per incuria o per ignoranza, una buona e magari costosa bottiglia di vino.

Va a questo punto precisato che alcuni produttori intelligenti adottano già i criteri di cui sopra, mettendo in evidenza le indicazioni che abbiamo citato.

Dato fondamentale sarebbe quello di indicare il limite di invecchiamento o di consumo, anche se tale definizione non può essere riportata con precisio-

ne. Sappiamo infatti che il periodo di conservazione di un vino dipende, oltre che dalle sue caratteristiche di base, dal luogo e dalle condizioni ambientali.

Un limite orientativo è tuttavia possibile, usando espressioni del tipo che segue:

"per poter degustare al massimo le qualità di questo vino, consigliamo di consumarlo entro il...". Troppi produttori sono ancora restii a fornire il dato di cui sopra, che è un dato delicato poiché essi temono il verificarsi di inconvenienti con i loro maggiori acquirenti, e cioè grossisti e ristoratori, i quali potrebbero avere difficoltà di smaltimento di certi vini e superare il limite indicato sulla controetichetta. Giustamente il consumatore preferirebbe non acquistare le bottiglie con una data superata, con i conseguenti vantaggi economici.

Il rimedio appare relativamente facile. Sarebbe infatti sufficiente indicare questo dato anche sul contenitore delle bottiglie, cioè sui cartoni nei quali esse normalmente vengono imballate, così da permettere che grossisti e ristoratori facciano acquisti intelligenti ed adeguati al rispettivo consumo, evitando così di mettere in vendita prodotti scadenti troppo invecchiati (specie con i vini bianchi, rosati o rossi leggeri), ed il consumatore (che spesso ignora le cause che hanno provocato il deterioramento) eviti di addebitare la colpa del deterioramento stesso al produttore, il quale in ultima analisi è colui che subisce il danno maggiore, dato che quell'acquirente, ogni volta che si troverà davanti una bottiglia di vino con quella etichetta, la rifiuterà e ne parlerà sempre negativamente.

Esemplare l'impostazione di una nuova etichetta adottata da un noto produttore della Franciacorta, un'azienda d'avanguardia che segue con criteri moderni il mondo del vino, che ha avvertita la necessità di distinguere i suoi vini anche in fase di "abbigliamento" dando indicazioni precise e veritiere, armonizzate in un contesto grafico piacevole: un invito a "leggere" l'etichetta e a tavola lo si fa di frequente, un messaggio culturale al quale va aggiunto un servizio educativo importante per il consumatore.

L'etichetta e la relativa controetichetta di cui sopra sono riprodotte sotto il titolo.

SAREBBE AUSPICABILE CHE LA RETROETICHETTA FOSSE OBBLIGATORIA

Concludendo, non lasciamoci ingannare da pompose etichette, colorate, in rilievo o piene di fronzoli, adatte ad attirare l'attenzione come le scatole di detersivo nei grandi magazzini, ma cerchiamo di fare in modo che il cliente - consumatore, possa farsi una cultura anche se superficiale in fatto di vini, tanto da non essere ingannato; dirò di più, tanto da non essere frodato in quel diritto alla fiducia che egli ha nel momento in cui acquista.

Così come l'etichetta, sarebbe auspicabile che anche la controetichetta diventasse obbligatoria, contenendo le indicazioni che abbiamo dato, per dar modo a tutti di farsi un'idea il più possibile precisa sul vino che sta per comprare.

Un buon vino, ripeto, bevuto con i cibi indicati, rappresenta un po' la parte spirituale di un buon pranzo e ottiene sempre il plauso unanime dei commensali.

Il colpo d'occhio può convincere ma, se il contenuto è scadente, rimane il senso preciso della frode in commercio.

E allora: occhio all'etichetta!