

# GIORNALI

## vie nuove dell'agricoltura



**S**i avvicina Natale ed il successo dei vini spumanti diventa un trionfo. Ma dai tempi della ormai famosa «guerra del vino» questo trionfo assume sempre più colorazioni nazionali, con il verde che ha sostituito prepotentemente il blu di fianco al bianco ed al rosso che ci accomunano, in parte, ai cromatismi dei cugini francesi.

Purtroppo questo inatteso successo è andato ad incrementare una venatura di follia che già stava pervadendo una quantità smisurata di produttori italiani, tutti folgorati da una improvvisa vocazione alla produzione di spumanti, nemmeno percorressero tutti insieme, in fila indiana, la via di Damasco. Ed anche se è pur vero che una tradizione spumantistica italiana esiste (siamo i terzi produttori mondiali, dopo Germania e Francia) non va dimenticato che il grosso di questa produzione è concentrato nelle cantine di poche aziende ed entro i confini di altrettante poche province italiane. Come afferma Pino Zardetto, produttore di spumanti in Conegliano, artefice primo della rinascita di un mercato qualificato del Prosecco, la nostra tradizione spumantistica è legata all'Asti Spumante ed al

Prosecco, cioè a vini dolci, da fine pasto. Tradizione che perpetuiamo perfino quando stappiamo champagne, novanta volte su cento al momento del dolce, quindi a sproposito. Ma in barba a questa tradizione la nuova ondata si concentra sulla produzione di spumanti secchi, scimmiettando tecnologie d'importazione che non tengono conto delle diversità di vitigni, di terreni, di condizioni climatiche.

Eppure, questo gran correre alla produzione di spumanti, realizzati soprattutto con il «metodo champenois», sembra dare buone soddisfazioni di mercato. Perché? Prima di tutto grazie

**SPUMANTI/II**  
**«sorpasso» è avvenuto. Ma per i produttori italiani ora si tratta di consolidare il successo nei confronti dei francesi. E qualcuno ha avuto un'idea..**

di STEFANO MILIONI

# TORNIAMO ALL'ANTICO



In mancanza della legge i pochi produttori che hanno imboccato la strada della qualità e dell'immagine, basandosi solamente su un rigoroso codice di autodisciplina, tremano ogni volta che appare sul mercato una nuova etichetta. Afferma Maurizio Zanella, giovane manager della Cà del Bosco: «Temo che molti si siano gettati nella produzione dello "champenois" senza una adeguata preparazione, ricorrendo a qualunque tipo di uva, attratti solo dal miraggio di facili guadagni. Ed il grave rischio è che se i prodotti che verranno immessi sul mercato saranno di qualità mediocre i consumatori si stancheranno presto degli "champenois" italiani, tornando in massa, come qualche anno fa, allo champagne. Con grave danno per quei produttori che vogliono e riescono ad operare bene».