

EROSCA

N. 1854-55 - 25 APRILE 1986 - A. Mondadori Editore



METODO CHAMPENOIS

Ca' del Bosco

lt.

FRANCIACORTA

12% vol.

Denominazione di Origine Controllata Spumante classico imbottigliato all'origine dalla Azienda Agricola Ca' del Bosco di Annamaria Clementi Zanella - Erbusco (Italia)

ECOLOGIA, IL TUO POSTO È IN CANTINA

di Gualtiero Marchesi

■ Gli eventi sconcertanti di questi giorni non devono condurci a pronunciare una condanna sommaria della viticoltura italiana. Animata, oltre che da una grande tradizione, da nuove idee e da una rinnovata professionalità, essa ha conosciuto di recente importanti successi: prestigiosi riconoscimenti internazionali sono stati attribuiti per la prima volta a produttori italiani come Antinori e Zanella, mentre gli spumanti italiani comparivano, facendo notizia, sulle carte dei vini d'Olttralpe, suggellando quello che solo fino a poco tempo fa sembrava un vero e proprio stato di grazia.

Gli avvelenatori restano solo un'infima, ignobile minoranza che non può e non deve vanificare i sacrifici di chi lavora seriamente e

coscienziosamente: tutte le grandi case vinicole, innanzitutto, che mai rischierebbero il loro buon nome in un'operazione scellerata come questa, senza dimenticare i numerosissimi piccoli produttori onesti, che, risultando i più penalizzati dalla vicenda, pretendono ora a buon diritto un'adeguata tutela del loro lavoro. Infine anche i vinicultori di alta qualità. Infatti se nel mercato interno il prodotto di qualità superiore non ha risentito degli ultimi avvenimenti, lo scandalo del metanolo - com'era inevitabile attendersi - ha avuto e forse avrà per lungo tempo ripercussioni disastrose sull'immagine internazionale del vino italiano (compreso quello di qualità), arrecando gravi danni alla nostra bilancia dei pagamenti.

Anche se non è ancora il caso di recitare il *de profundis* del vino italiano, senza dubbio siamo oggi esposti ad un pericolo ancor più insidioso: che questa immagine negativa si propaghi senza controllo, coinvolgendo indistintamente tutti

i prodotti agroalimentari. Il prestigio del *made in Italy* che, dopo il design e la moda, era stato guadagnato anche dalla gastronomia rischia così di venir compromesso. A chi vi contribuisce quotidianamente col proprio lavoro non resta che proseguire con pazienza e ostinazione sulla stessa strada, senza lasciarsi scoraggiare dal difficile momento ed anzi moltiplicando i propri sforzi alla costante ricerca del miglioramento perché mai come ora c'è bisogno dell'impegno di tutti.

Quanto è accaduto deve però farci riflettere, perché non è solo indice di malcostume e di inefficienza, ma anche di incultura e disinformazione. Innanzitutto nessuno che avesse avuto una preparazione tecnica adeguata si sarebbe comportato con una simile rovinosa imperizia, pensando per di più di farla franca. Inoltre chiunque sappia cosa significhi produrre un vino sa pure che esso ha un costo al di sotto del quale non è possibile scen-

dere. Colpevoli sono allora anche quegli addetti ai lavori che hanno acquistato e messo in vendita i vini avvelenati, pur sapendo (o almeno avendone l'obbligo professionale e morale) che si trattava di prodotti adulterati.

Allora, se finalmente appare chiaro che è nell'interesse di ciascuno di noi vigilare affinché simili disastri non si ripetano, accanto all'indispensabile campagna di prevenzione e di denuncia delle omertà e delle inadempienze, la stampa deve anche sensibilizzare il pubblico sull'altra faccia della medaglia: sulla fatica e la cura che sono necessarie per produrre un vino, sulle molte realtà positive della viticoltura nazionale; sull'importanza e le difficoltà della sperimentazione nella produzione di alta qualità; più in generale sul fatto che il vino fa parte della nostra civiltà. Non bisogna mai dimenticare che l'autentica cultura gastronomica presuppone necessariamente una coscienza ecologica. ■