

## Dalla parte del vino/Le inchieste di Bargiornale

# MA GLI ENOTECNICI SEGUONO LE MODE?

a cura di Cesare Pillon

Sarebbe sciocco negare i progressi che la moderna enologia ha fatto fare al vino italiano: è innegabile che oggi si beve mediamente molto ma molto meglio di ieri. E tuttavia va lievitando tra gli addetti ai lavori se non una crisi di rigetto certo una sorta di incomprensione nei confronti degli enotecnici, cioè proprio di coloro che hanno fatto fare alla vitivinicoltura italiana il salto di qualità degli ultimi decenni. Come mai?

"In Italia ci sono 55 milioni di abitanti, 55 milioni di allenatori di calcio, 55 milioni di intenditori di vino", ironizza Piero Pittaro, presidente degli enotecnici. "Perciò, come tutti si ritengono tecnici della nazionale, altrettanto si ritengono tecnici del vino, e quindi autorizzati a sparare verdetti e sentenze inappellabili". Ma la questione non è così semplice: le critiche mosse agli enotecnici (nell'insieme, naturalmente, non individualmente) da produttori di vino al di sopra d'ogni sospetto, da enotecari di grande preparazione, da ristoratori sensibili e avvertiti, non possono essere liquidate con una battuta. Ma quali sono queste critiche?

**La standardizzazione del gusto.** Ogni vino dovrebbe essere fatto in modo diverso, affinché la materia prima, cioè le uve, si esprima al meglio secondo il suo carattere. Viceversa, gli enotecnici hanno standardizzato i processi di vinificazione, nell'ossessione di ottenere prodotti stabilizzati, di trasparenza assoluta, con colori che non lascino supporre neppure un accenno di ossidazione

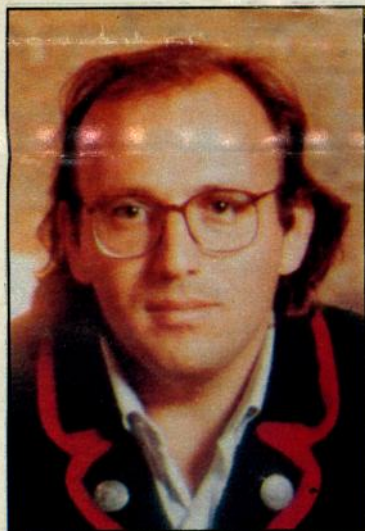
(perciò paglierino chiarissimo i bianchi e rubino i rossi), con profumi molto evidenti e gradazione alcolica la più bassa possibile. Le loro armi? Vendemmia anticipata, fermenti selezionati, chiarificazioni e filtrazioni energiche, uso preventivo di anidride solforosa. In questo modo i vini sono diventati tutti perfetti (sotto il profilo tecnico) ma anche tremendamente uguali: sono scomparsi i difetti ma anche in qualche caso, la personalità. Distinguere un vino dall'altro a seconda del vitigno da cui è nato è diventato difficile, soprattutto per i bianchi: profumi e aromi sono spesso identici.

**Profumo di moda.** Gli enotecnici - a detta di molti - seguono le mode: qualcuno sostiene che quando va il vino bianco, fanno tutti il bianco, se ha successo lo spumante champenois si attrezzano con le pupitre per farlo anche loro, se c'è speranza di vendere il vino novello si convertono alla macerazione carbonica. Adesso è il momento della barrique, la piccola botte in rovere del Massiccio Centrale francese in cui maturano i grandi vini di Bordeaux e della Borgogna. Il favore incontrato da Sassicaia e Tignanello, vini creati in Italia con la barrique dopo lunghe e costose sperimentazioni, ha spinto molti enotecnici d'ogni regione a tentare anch'essi questa strada, che però troppe volte affrontano senza rete, con vini inadatti e senza le indispensabili prove. Paradossalmente, perciò, proprio quella barrique che dovrebbe esaltare le caratteristiche d'ogni

vino ottiene il risultato opposto: tutti i vini che vi hanno soggiornato escono con lo stesso sapore di legno: sono i vini da falegname, come li ha ribattezzati ironicamente qualche nemico dichiarato della barrique.

**La vigna dimenticata.** Padroni della tecnologia di cantina, gli enotecnici, secondo alcuni, si dimenticano spesso che il vino nasce nella vigna e che la chimica enologica può certo togliergli qualche difetto ma non può dargli grandezza, se le uve da cui nasce sono mediocri. Non è detto che dovevano essere proprio gli enotecnici a occuparsi direttamente del problema, ma certo le loro richieste e le loro indicazioni lo avrebbero fatto affrontare prima. Invece la selezione clonale dei vitigni migliori, lo studio dei portainnesti più adatti, l'impianto di ceppi nobili, vengono affrontati oggi un po' in ritardo su tutti i paesi vinicoli.

**Gli enotecnici hanno solo colpa?** Non lo crediamo affatto, non sono tutte loro le responsabilità: in fondo sono in gran parte dei dipendenti (seppur, spesso, di altissimo livello) o dei consulenti, e la decisione di fare un vino oppure no, di farlo in un modo piuttosto che in un altro, spetta ai proprietari delle aziende vitivinicole, ai vignaioli che si servono della loro collaborazione professionale. Ma se questo è vero, vuol dire anche che gli enotecnici hanno dovuto accettare un ruolo subalterno che corre il rischio di deresponsabilizzarli. O no? Sentiamo cinque illustri pareri.



Maurizio Zanella (Ca' del Bosco) produttore vinicolo.

### La tecnologia non è tutto

Quando gli enotecnici, negli anni '60, adottarono nuove e più moderne tecnologie di vinificazione, e in questo modo cambiarono il volto dell'enologia italiana, erano in perfetta sintonia con il gusto dei consumatori di allora. Ma poi, secondo me, non si sono resi conto che quel gusto stava evolvendo: la gente oggi viaggia di più, conosce i prodotti degli altri paesi.

L'enotecnico italiano, in generale, non ha avuto invece la curiosità di assaggiare ciò che di meglio si fa altrove, nel mondo: se lo avesse fatto, si sarebbe adeguato con maggior prontezza ai nuovi orientamenti del mercato. Avrebbe sperimentato prima, per esempio, l'uso della barrique, evitando di essere poi colto di sorpresa e di adottarla frettolosamente oggi, solo perché è di moda.

E forse avrebbe fatto anche un po' di marcia indietro sul terreno delle tecnologie esasperate, ricercando la naturalità del vino e riscoprendo qualcosa di quel che faceva suo padre vignaiolo mentre lui studiava ad Alba o a Conegliano.

### Riconoscere i giusti meriti

Vi ricordate come si beveva 20, 30 anni fa? Un tempo ci si vestiva solo per ripararsi dal freddo. Ogni straccio era buono. Ora invece si cerca l'abito alla moda, firmato, elegante e di classe. La stessa cosa vale per il vino. Di chi il merito? È talmente ovvio che non serve nemmeno ricordare che è opera dell'enotecnico. Ricordo, studente di enologia, i campioni di vino che i poveri vignaioli portavano per un consulto verso la primavera d'ogni anno. La frase era sempre la stessa: "Mi scusi, signor enologo, questo vino ha forse una punta d'acidino". Bevevano il vino togliendolo ogni giorno dalla stessa botte. All'inizio, in autunno, era ancora potabile, quando arrivava al consulto era pronto per l'insalata.

È questa una forma di mitridatismo ancora in essere in alcune cantine di piccoli produttori sprovvisti di enotecnici. Vogliamo tornare al barbiere che faceva anche il chirurgo, il medico, il farmacista? Quando ci si imbatte, a tavola, in un vino superbo, bisognerebbe ricordarsi che quella è opera dell'enotecnico.



Piero Pittaro, presidente dell'Associazione enotecnici.



Gualtiero Marchesi, ristoratore a Milano (3 stelle Michelin).

### Pensare alla salubrità

Quelli degli enotecnici, secondo me, sono peccati di gioventù: in fondo il vino come prodotto della tecnologia è nato da poco ed è umano che essi abbiano ecceduto con la tecnica.

Ma adesso dovrebbe proporsi un maggior rispetto del prodotto e una maggior preoccupazione per la sua salubrità. Perché non cercano, per esempio, di eliminare l'uso dell'anidride solforosa? È vero che protegge i vini, ma li appiattisce e non fa bene alla salute.

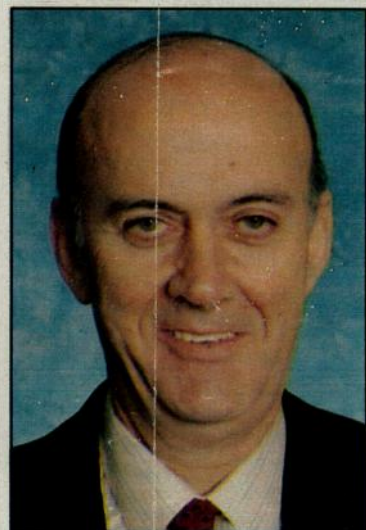
L'abuso di tecnica è quasi sempre un'ingenuità. Perché fare il Bardolino novello, per esempio? Per esaltarne i profumi? Ma il Bardolino è già un delizioso vino di primavera. E perché far maturare tanti vini in barrique? Per accentuarne gli aromi più nobili e importanti?

Ma l'Italia è un paese caldo, i suoi vini sono già dotati di mille profumi dalla natura, non c'è bisogno di rafforzarli con la barrique, com'è indispensabile invece in altre fasce climatiche. E poi non si bevono soltanto grandi riserve: la cucina italiana è delicata e fragrante, devono esserlo anche i vini.

### Il loro apporto è professionale

Se il livello dell'enologia italiana nell'ultimo ventennio è cresciuto in modo impressionante lo si deve fondamentalmente ai bravi enotecnici: 20 anni fa l'immagine del vino italiano all'estero era rapportata quasi esclusivamente ai prodotti di massa, magari in bottiglioni da due litri. Oggi anche la clientela estera più esclusiva riconosce apertamente che l'Italia dispone d'una fascia di vini di livello elevatissimo.

Il mio più alto apprezzamento va a quegli enotecnici che escono spesso dalla cantina per impegnarsi anche nel vigneto onde ottenere una materia prima sempre più elevata attraverso una drastica riduzione delle rese e una razionale cura della vite. Altamente meritori sono quegli enotecnici che si sforzano di personalizzare ogni vino da loro prodotto, che si adoperano tenacemente per far risaltare decisamente la tipicità d'ogni vitigno limitando gli interventi sul vino a pochi, indispensabili trattamenti fisici, che sperimentano con impegno procedure miranti a rendere il vino sempre più salubre.



Michele Chiarlo (Duca d'Asti) produttore di vino.



Angelo Solci, enotecnico, titolare di enoteca.

### Deve diventare enologo

L'enotecnico si occupa della trasformazione delle uve, dell'igiene della conservazione del vino, ma non possiede sufficienti conoscenze per l'aspetto fondamentale della nutrizione, cioè il piacere del gusto. E per produrre grandi vini non bastano le sue conoscenze tecnico-produttive, occorrono cultura, sensibilità, buon gusto. La tecnologia è ovviamente essenziale, ma per mantenere le caratteristiche tipologiche che hanno affermato i vini italiani è necessario interpretare la tradizione, il che significa conservarne lo spirito e disattenderne le regole.

Per produrre vini allo stesso tempo buoni, salutari e serbevoli, l'enotecnico deve trasformarsi in enologo, con un'istruzione professionale e culturale a livello universitario. Questo inedito professionista sarebbe in grado di assolvere la sua funzione di sempre (quella di tecnico) ma sorretto da un diverso grado di competenza, di autorità e di consapevolezza: messo in condizioni di sfruttare a fondo le tecnologie più avanzate, avrebbe gli strumenti culturali per elevare il livello della qualità.

to a Londra, Venezia, Milano, Monaco di Baviera, Roma, Stati Uniti, Canada e Francia. Per il Consorzio, questa è stata la prima delle tante "sfide" avviate, attraverso cui intende recuperare l'attenzione del mercato e intensificare il dialogo con il consumatore. Le altre si chiamano, infatti, Docg per il Bardolino (la cui pratica è in avanzata fase di analisi da parte degli organi competenti), che sarebbe la prima nel Veneto; Doc per due nuovi tipi di vino, il bianco e il rosso "Garda Veronese", in cui la tradizione si coniugherà con l'innovazione. Sta di fatto che con queste "mosse" per il Bardolino si è aperta una nuova era. Il "progetto qualità", sempre più parametro di riferimento sul mercato interno e su quelli internazionali, va manifestando i propri positivi risultati. Con oltre 28 miliardi di lire di esportato - 25,3 miliardi in bottiglia, pari ad oltre 1,3 milioni di cartoni, e 2,8 miliardi di lire come sfuso - la base di partenza è da considerarsi più che solida. Solida in quanto, contrariamente alle inversioni di tendenza e si stanno riscontrando per alcuni prodotti della nostra vitivinicoltura, il 38,7% è avviata verso gli Stati Uniti dove è venduto ad un prezzo medio oscil-



Il logotipo che contraddistingue il Bardolino novello Doc.

lante fra le 2.000 e le 2.500 lire a bottiglia. Una remuneratività che gratifica la professionalità dei produttori, il loro impegno di serietà, l'attenzione con cui stanno affrontando le pressanti modifiche del mercato. E dai primi successi che il Bardolino va riscuotendo - basta considerare che, attualmente, il Novello viene venduto ad un prezzo superiore alle 4 mila lire a bottiglia, mentre in Giappone, addirittura una bottiglia di Novello riesce a raggiungere, in ristorante, la fantastica quotazione di 70 mila lire - si può dire che non tutto è stato vano. Anzi, leggendo il dettaglio del Piano vitivinicolo nazionale del ministro Mannino, ora al vaglio delle organizzazioni professio-

nali, delle categorie produttive e delle Regioni, si può dire che l'attivismo del Consorzio di Bardolino ha fatto testo. Nel Piano vitivinicolo, infatti, si legge che "i consorzi (ne dovrà esistere uno per ogni denominazione) svolgeranno l'attività di tutela e valorizzazione delle produzioni 'erga omnes' e si costituiranno in associazione nazionale". Un passo avanti nonostante il ritardo con cui si sta procedendo alla revisione della 930 che rende giustizia ad un impegno, non sempre solo formale, con cui i Consorzi di tutela stanno operando per interpretare un mercato non facile da decifrare, ove la concorrenza è fatta, talvolta, senza esclusione di colpi pure fra produttori della stessa zona. Ma è necessaria anche la concretezza e l'unitarietà delle azioni promozionali, come impegno primario nella qualificazione del prodotto e il suo adeguamento ai nuovi gusti dei consumatori.

Tutto questo il Consorzio di Bardolino lo ha fatto. Ed ora si avvia a raccogliere i frutti. "Questi progetti - sottolinea Degli Albertini - danno alla nostra zona una sicura evoluzione qualitativa, una migliore differenziazione commerciale e, quindi, la grande possibilità di vivere senza patemi le trasformazioni che stanno avvenendo in Europa (ma non solo in questa area) in vista del 1993".

D'altro canto un milione di bottiglie di Novello per un giro d'affari che si valuta intorno ai 4 miliardi di lire non è, per quanto parziale, una documentazione attendibile della validità del progetto Bardolino?

## Ristrutturazione in tre divisioni

### COLTIVA CAMBIA VOLTO

Coltiva (152 aziende cooperative viticole, 70.280 soci), cambia ruolo. Dopo 12 anni dalla sua costituzione il consorzio nazionale vini della Lega cooperative ha deciso di operare una ridefinizione dei suoi compiti. La decisione, assunta in accordo con la presidenza dell'Anca/Lega, è stata annunciata nel corso di una conferenza stampa svoltasi il 9 dicembre scorso a Modena, presenti il presidente del Coltiva, Giovanni Guazzaloca, il presidente dell'Anca, Mario Zigarella e il responsabile del settore vitivinicolo Amleto Annesi.

Con la ristrutturazione adottata Coltiva assume il ruolo di erogatore di servizi alle imprese e vengono costituite tre divisioni a guida Cantine Riunite, Cive e Romarica. A queste tre divisioni è demandato il compito di commercializzare in Italia e all'estero i vini prodotti; ognuna delle tre divisioni avrà proprie strutture commerciali e di promozione e sarà rappresentata e diretta da un amministratore delegato. La ristrutturazione consentirà alle singole imprese di essere dirette protagoniste nel rapporto con il mercato e di favorire tempestività e snellezza operativa.

Coltiva, per parte sua, si trasformerà in uno strumento di servizio alle imprese, altamente specializzato, sulla base dei bisogni e delle intese tra i raggruppamenti e della ricerca di nuove opportunità progettuali e di mercato. "I raggruppamenti strategici d'impresa - ha detto Zigarella - sono il passaggio obbligato per ridare elasticità al sistema imprenditoriale cooperativo".

"La scelta - ha precisato Guazzaloca - non è dovuta a difficili situazioni economiche delle aziende socie, che al contrario presentano bilanci buoni, ma è dettata da esigenze di adeguamento alle dinamiche del mercato".

Un mercato in rapido movimento, cui la produzione deve tempestivamente tenergli dietro. Ma anche un mercato che vede rapidi inversioni di tendenze come quella, recente, dei wine cooler, che sembrano decisamente in declino mentre riprende vigore il vino di qualità.

Nonostante il permanere di un calo dei consumi, ha proseguito Guazzaloca, i risultati per Coltiva appaiono in crescita. Nell'esercizio 87/88 si registrano aumenti sia nei vini confezionati sia in quelli sfusi. In totale il

Coltiva ha commercializzato 1.670.501 hl di vino (+24,84% rispetto all'86/87) per un fatturato di quasi 127 miliardi (+15,67%).

Già definito l'organigramma dei tre nuovi raggruppamenti: Cive & Cive (cui fanno capo Genazzano di Roma, Chiantigiane di Firenze, Gente & Viti di Asti, Levante di Brindisi e Cive & Cive di Modena, Romarica (capogruppo di Moncaro di Ancona, Civeco di Ravenna, Ronco di Forlì) e Riunite (Villa Tirano & Bianzone di Sondrio, Caneto Pavese, Cantine Riunite di Reggio Emilia).

Affianca le divisioni di Cive (Gruppo italiano vini), recentemente acquisito, mentre restano da accorpate la Fattoria Olimpia di Udine, Concasio di Trapani e la veneta Val Pantera. Dalla divisione Riunite giungono già interessanti segnali di allargamento del mercato. Infatti la cooperativa ha firmato il dicembre scorso un accordo con la Spar, multinazionale della distribuzione, per la fornitura nell'89 di 300.000 casse da 12 bottiglie di vino da commercializzare in Inghilterra. Contemporaneamente le Cantine Riunite hanno anche raggiunto un'intesa per fornire ad alcune associazioni di acquisto britanniche che operano nel canale della ristorazione 4,2 milioni di bottiglie di vino della "fascia alta", per un valore che oscilla tra gli 8 e i 10 miliardi di lire. La penetrazione del mercato inglese dovrebbe bilanciare la riduzione delle esportazioni di vino Usa accusata dall'organismo reggiano.

Per quanto riguarda l'Italia, le Cantine Riunite hanno aumentato le vendite di vino del 7%, grazie anche all'impegno dimostrato per assecondare le nuove esigenze di consumo. Per esempio nel 1988 sono stati presentati due nuovi prodotti, il Novello di Lambrusco e il wine beverage Frendy.

Mentre per il novello, vista la sua recentissima immissione sul mercato (a partire dall'11 novembre dello scorso anno) e la limitata qualità prodotta, è inopportuno fornire dati quantitativi, per Frendy le vendite hanno raggiunto i 3,5 milioni di bottiglie. Un successo che a Reggio Emilia vogliono ripetere anche nell'89 grazie anche alla proposta dei nuovi formati da 200 a 187 ml (in vetro) del wine beverage.

V.M.

### I DOC PIÙ ESPORTATI

(in volume ed in % sul totale)

| Vino                           | hl               | % partecipazione |
|--------------------------------|------------------|------------------|
| Chianti                        | 895.139          | 11,28            |
| Moscato d'Asti                 | 523.937          | 6,60             |
| Soave                          | 426.929          | 5,38             |
| Valpolicella                   | 338.012          | 4,26             |
| Grave del Friuli               | 380.045          | 4,80             |
| Oltrepo' Pavese                | 271.750          | 3,43             |
| Caldaro                        | 214.333          | 2,70             |
| Frascati                       | 208.804          | 2,63             |
| Montepulciano d'Abruzzo        | 203.386          | 2,56             |
| Lambrusco Reggiano             | 194.344          | 2,44             |
| Marsala                        | 189.713          | 2,40             |
| Bardolino                      | 187.476          | 2,36             |
| Verdicchio dei Cast. di Jesi   | 172.860          | 2,18             |
| Piave                          | 169.095          | 2,14             |
| Alto Adige                     | 150.629          | 1,90             |
| Valdadige                      | 147.718          | 1,86             |
| Prosecco di Conegliano V.      | 137.194          | 1,73             |
| Orvieto                        | 130.693          | 1,65             |
| Barbera d'Asti                 | 118.191          | 1,48             |
| Trentino                       | 101.900          | 1,29             |
| <b>Totale vini considerati</b> | <b>5.162.148</b> | <b>65,08</b>     |
| Altri Doc                      | 2.770.282        | 34,92            |
| <b>Totale Doc</b>              | <b>7.932.430</b> | <b>100,00</b>    |

Fonte: Ice

### ACQUA MINERALE A FIUMI

Fuoripasto, mensile della Federazione alimentare e tabacco Cisl, ha recentemente pubblicato i risultati di una ricerca sull'industria delle ac-

que minerali e delle bevande analcoliche. Un settore che è stato il boom degli anni '80 nel comparto alimentare e che, malgrado una flessione tra gli addetti costituisce sempre una voce importante con un fatturato complessivo di 1.300 miliardi di lire nel 1987 (secondo i dati Cisl), con una produzione globale di oltre 4 miliardi di litri.

Gli ultimi dati risalenti al lontano 1981 ci dicono che il comparto idrominerale rappresenta il 43,7% della produzione complessiva del settore. L'andamento, tra il 1980 e il 1986, per quanto riguarda la produzione del comparto idrominerale, è aumentato del 58%, i prezzi del 79%, il fatturato del 184%. Il fatturato delle acque minerali nell'80 rappresentava il 29% dell'intero settore, nel 1986 arriva invece al 32%. Sempre secondo una stima Fat-Cisl il mercato al consumo di soft-drink, succhi e nettari dovrebbe essere di circa 3 mila miliardi. Secondo nostre rilevazioni il consumo pro-capite è di 57 litri per circa il 1985 (valore al consumo di 1.300-1.350 miliardi). Le quantità consumate di soft-drink sono di 28 litri pro-capite. Da sottolineare che nel 1986 il segmento acque piatte rappresenta il 27% del mercato (73% acque gassate). Interessante l'analisi sulle confezioni sulle quali Bargiornale aveva riportato questi dati: quelle in vetro coprono il 34% del mercato, contro il 43,2% del Pvc, il 9,3% del Pet, il 13,5 del cartone poliaccoppiato (1985). Per i soft-drink: le confezioni in vetro coprono il 28%, quelle in Pet il 47%, le lattine il 19%, gli erogatori il 6%.

### CHAMPAGNE DE VENOGÉ ALLA MOCCIA

Le Distillerie Moccia di Ferrara e La Maison De Venoge hanno da poco tempo fissato l'accordo per la distribuzione nel nostro paese dei marchi Champagne des Princes Cuvée Millesimée e De Venoge Cordon Bleu (la riserva). La presentazione ufficiale si svolge nei primi giorni di febbraio. L'azienda francese, fondata nel 1837, è situata nel cuore della città e dispone di cantine, a 25 metri sotto terra, situate in gallerie lunghe dieci chilometri.

# IN EN.



Il sipario si alza sui più rinomati ristoranti del mondo. In scena: tavole imbandite, piatti raffinati.

E un cast coi fiocchi: le tovaglie e i tovaglioli Frette. Insieme dal 1860.

Da sempre sotto gli occhi del pubblico e della critica più esigente. E tutti personalizzati con le grandi firme: quelle dei ristoranti e degli alberghi più esclusivi del mondo.

Al Pierre come a Villa d'Este, al George V come al Cipriani, Frette rivela la sua stoffa di superstar. Sempre in forma nonostante i bis.

Biancheria da tavola Frette. Così bella da metterci sopra una firma.

La vostra.

# FRETTE

Divisione Alberghi.

Via Visconti di Modrone 15, 20122 Milano.  
Tel. 02/784851. Telex 310075. Fax 02/781466

# MA GLI ENOTECNICI SEGUONO LE MODE?

E forse avrebbe fatto un po' di meno. Invece, non delle tecnologie moderne, ricercando la natura del vino e riscoprendo qualcosa di quel che faceva suo padre vignaiolo mentre lui studiava ad Alba o a Conegliano.

## Il mensile dell'ospitalità del food and beverage italiani