

Terroir Vino 2009

Inviato da claudio galletto
Wednesday 22 July 2009

Saranno state le ben 125 aziende presenti o forse il fascino del termine francese. Sia quel che sia, la rassegna Terroir Vino lo scorso 15 giugno ha richiamato presso il Palazzo Ducale di Genova un discreto pubblico.

Saranno state le ben 125 aziende presenti o forse il fascino del termine francese. Sia quel che sia, la rassegna Terroir Vino lo scorso 15 giugno ha richiamato presso il Palazzo Ducale di Genova un discreto pubblico. Sotto i lampadari barocchi del salone a essere diversi fra loro erano non solo i vini, ma anche le tipologie di produttori: da quelli di modeste dimensioni alle aziende da milioni di bottiglie, presenti con il loro oratore di turno.

Le chiacchiere sui vini, le persone e il web — i tre protagonisti della manifestazione — hanno fatto spesso riferimento proprio al terroir. Un concetto curiosamente accostato più volte alle problematiche della crisi economica generale. «Il consumatore si sposta sempre più verso ciò che è rispettoso della natura, verso i prodotti capaci di evocare con maggior efficacia l'immagine di una determinata zona». Alcuni giornalisti, aggirandosi fra i banchi delle aziende, si sono trovati d'accordo su questa tendenza secondo la quale situazione economica e terroir danno vita innanzitutto a una relazione commerciale, una sorta di convenienza di mercato.

Interrogati a proposito, anche parecchi produttori confermano questa «intuizione», accennando soprattutto alle conversioni a biologico e naturale. «È chi ne parla come un passo essenziale, in vigna come al momento della vendita. Ad esempio, al sentire nominare i lieviti molti mettono le mani avanti. «Noi solo lieviti indigeni», assicura l'azienda Brunnenhof Mazzon per il suo Pinot Nero. Eppure, proseguendo il giro, in altri discorsi sembra piuttosto intravedersi un semplice atto dovuto. Di certo si tratta di una scelta, che appare non sempre legata al vino e non sempre indipendente. Consapevolezza o adattamento? Dipende. A volte la convinzione trova una sua corrispondenza nell'applicazione pratica. Quando questo accada, lo si comprende dalla capacità dei viticoltori più coerenti di osservare e agire in modo indipendente. «L'aria che arriva dal mare è il segnale che le viti chiedono protezione dal marino bianco». Il «marino bianco» non è altro che la malattia dell'oidio, annunciata dal vento marino e riconoscibile dal feltro biancastro sugli acini d'uva. Azienda Pianbello di Loazzolo, Alta Langa, sono di anno in anno fiduciosi di poter fermare il male portato dall'aria unicamente con lo zolfo, così come sono convinti che, per ottenere un valido passito di Moscato, sia necessario dividere la vendemmia in tre fasi e selezionare manualmente, uno a uno, gli acidi appassiti.

Ma le persone che bevono il vino, quali aspettative evidenziano? Tra le solite frasi confuse (che rimandano, per lo più, alla questione «naturale» del vino, nel suo aspetto più mediatico e commerciale), una risposta mi è sembrata spiccare per la sua semplice e spontanea schiettezza: «Che sia figlio di un territorio e di un'annata!». Un duplice requisito che chiede alle aziende di operare una scelta «locale» tra i loro filari. A Genova, qua e là, s'incontrano puristi dei vitigni del posto. «Ti faccio assaggiare un Rosato 2005, esclusivamente Aglianico del Vulture — mi dicono allo stand delle Cantine del Notaio — senti come si sviluppa negli anni!». Su tutte le etichette del tavolo mi pare di leggere soltanto il riferimento all'Aglianico. «Perché? Dovrei produrre altri vini in quella zona?».

E il web, il terzo elemento di Terroir Vino, come influisce? Gli operatori si riferiscono all'interazione on line come a un fenomeno «utile». A chi? Le aziende sperano e si aspettano di essere loro a godere dei vantaggi. Sul web si può spiegare, dibattere, ma anche vendere e, tornando alla crisi, questa è sempre cosa gradita. Ma si parla anche tanto, forse troppo, a vanvera e poche volte senza entrare nel cuore delle questioni miliari legate al vino. E anche questo, magari, fa parte della crisi.