



IN EVIDENZA | 10 luglio 2017 | Anita Franzon

A VinoVip 2017 germogliano idee: le tre masterclass



VinoVip Cortina 2017 si è aperto ieri con tre masterclass, o meglio **seminari**, dedicati ad altrettanti ambiti del vino. “In questa sala non sveleremo segreti, né annunceremo scoop da telegiornale: saremmo solo felici di assistere al germogliamento di qualche idea. Sarebbe il risultato più gratificante di un evento che avviene non solo ad alta quota, ma anche ad alti livelli grazie alla presenza di imprenditori di successo ed esperti di fama internazionale”, afferma il direttore di Civiltà del Bere **Alessandro Torcoli**, ideatore, coordinatore e moderatore dei tre incontri. A partire dalla **terra**, ovvero dal suolo come principale marcatore d'identità di un vino, passando per la **comunicazione** della complessità del vino italiano, fino all'analisi di un' **enologia** sempre più **sensibile** e attenta al gusto quanto alla salute: i tre momenti di approfondimento hanno visto la partecipazione di un pubblico interessato e coinvolto.

La forza della terra

“Tutti noi agronomi siamo ossessionati dal raggiungimento dell'**equilibrio in vigna**, fattore che aiuta a ottenere uve di qualità”. A parlare è **Lorenzo Bernini**, responsabile del settore viticolo delle aziende toscane di Alejandro Bulgheroni. Il primo passo per ottenere qualità in vigna è avere cura del suolo con l'aumento dell'ossigeno nel terreno e di attività microbica, dunque: di vita. Se il terreno non è compattato ed è vivo anche le radici riusciranno a penetrare con maggiore forza e profondità nel suolo, “perché una pianta senza un adeguato apparato radicale è come un atleta bravissimo, ma che non è in forma”, spiega Bernini, che non ha dubbi: “la tipicità di un vino deriva dal nutrimento che la vite riesce a intercettare nel suolo”.

Territori a confronto

L'effetto del suolo sul profilo aromatico del vino nella comparazione tra le più importanti aree italiane è il tema affrontato nella seconda parte del **primo seminario**. “Nelle Langhe trasferiamo il suolo ai nostri vini”, afferma **Ernesto Abbona**, titolare dell'azienda **Marchesi di Barolo**, “è questo l'unico modo per dare la possibilità al consumatore anche meno attento di percepire le sfumature del Barolo e dei suoi cru”. Conoscere il suolo per rispettarlo è il primo passo che deve fare ogni viticoltore: “anche perché all'interno dello stesso terreno convivono molte differenze, che portano le Langhe ad avere una situazione piuttosto eclettica” conclude Abbona, cui segue l'intervento di **Andrea Lonardi**, tecnico operativo del gruppo **Bertani Domains** e promotore di una “viticoltura di precisione” che rispecchi al massimo le caratteristiche dei diversi suoli. L'importanza della ricerca in tale ambito è fondamentale e lo ha dimostrato anche **Roberta Urso** di **Cantine Settesoli**, in Sicilia, dove il territorio dell'azienda è stato mappato completamente per individuare i suoli adatti a ogni vitigno.

Comunicare la complessità in Italia

Il vino italiano è molto vario e complesso, si pensi al numero dei vitigni autoctoni (800, di cui 300 autorizzati) e delle Dop (407 tra Doc e Docg) in 20 regioni e 7982 comuni, molti dei quali “Città del vino”. Ma stiamo comunicando nel modo giusto questa ricchezza? Alla domanda hanno risposto tre figure importanti nel mondo enologico. I relatori provenienti da tre Paesi diversi hanno condotto il **secondo seminario della giornata**, proponendo nuovi spunti per una comunicazione efficace.

La definizione di complessità del Master of Wine

Lo spagnolo **Pedro Ballesteros Torres**, Master of Wine, ha definito la complessità suddividendola in 4 elementi (naturali, individuali, sociali e politici), delineando un percorso che ha portato a vedere la complessità come un elemento positivo in particolare quando si parla di prodotti fermentati come il vino. Ma non è possibile considerare questa definizione come universale, perché la complessità cambia nel tempo e nello spazio: è, dunque, individuale. "Riconoscere un vino come complesso è un atto di umiltà", dichiara Ballesteros, che sottolinea come apprezzare questo elemento non sia da tutti: "per questo motivo non è adatta a una comunicazione globale che, invece, richiede semplicità", conclude il Master of Wine.

L'educazione al vino: sul grande schermo e sui banchi di scuola

Charlie Arturaola giornalista ed esperto in comunicazione, ha raccontato l'Italia del vino in pellicole imbevute di vino. È questo il modo di narrare la complessità secondo Arturaola, in modo semplice e universale, discostandosi nettamente dal precedente relatore. Un ulteriore spunto è arrivato da **David Way del WSET** (Wine & Spirit Education Trust) di Londra che, fondata nel 1969, è la prima scuola al mondo per diffusione. Alla provocazione di **Alessandro Torcoli**, secondo cui nei programmi del WSET (attivi anche in Italia) non è riservato abbastanza spazio al vino italiano, Way risponde così: "il nostro obiettivo è parlare di vino in un contesto globale".

Gli interventi dei produttori

Sono infine intervenuti nella discussione anche **Raffaele Boscaini**, contitolare Masi Agricola di Verona, che ha sottolineato l'importanza del modulare la comunicazione in base al pubblico che si ha di fronte; mentre **Andrea Cecchi**, contitolare dell'azienda Famiglia Cecchi, ha portato a esempio il caso emblematico del Chianti e del Chianti Classico. **Pio Boffa**, titolare dell'azienda Pio Cesare e neo Premio Khail, ha ribadito l'orgoglio di Langa e dei produttori piemontesi che sono riusciti a comunicare da soli vini decisamente complessi come il Barolo e il Barbaresco. Ha chiuso il secondo seminario l'importante testimonianza del giornalista, conduttore **Bruno Vespa**: "il ruolo del giornalista è quello di semplificare la complessità: come diceva Montanelli: dobbiamo saper spiegare al pubblico anche quello che non abbiamo capito", afferma il conduttore di Porta a Porta e titolare dell'omonima azienda in Puglia.

Verso un'enologia sensibile: l'importanza di un approccio scientifico

Il tema dell'ecosostenibilità nel settore del vino è delicato quanto, ormai, essenziale. Bisogna, però, bilanciare i due estremi dell'ideologia naturale e dell'eccesso di chimica e tecnologia. A parlarne durante il **terzo e ultimo incontro** sono stati due esponenti di approccio ed estrazione scientifica differente: un enologo e un agronomo. **Riccardo Cotarella**, presidente di Assoenologi e della commissione scientifica del Wine Research Team e **Pierluigi Donna**, agronomo del Gruppo Sata e consulente dall'approccio eco-friendly. Cotarella non ha dubbi: "Questo argomento necessita di essere chiarito, perché spesso è trattato da persone che nulla sanno di questo lavoro e che consigliano come coltivare la vite". Tornando a cornice al primo seminario, anche l'enologo evidenzia l'importanza del terreno e della conoscenza scientifica; per questo motivo è stato creato il **WRT, Wine Research Team**, che porta avanti una ricerca su 36 aziende di cui 30 italiane indirizzate a una sensibilità sostenuta dalla scienza.

La ricerca e la condivisione dei risultati

Anche Pierluigi Donna conferma l'importanza di un'indagine oggettiva: "oltre 30 realtà hanno deciso di indagare sul tema della sostenibilità per poi condividerne i risultati". Il terzo incontro ha visto, infine, l'intervento di diverse testimonianze dirette di addetti al settore: **Miriam Lee Masciarelli** brand ambassador Masciarelli, **Patrizia Chiari** di Tenuta L'Impostino, **Nadia Zenato** titolare di Zenato, **Mario Brunetti** di Fondazione Agraria Perugia, l'enologo **Nicola Biasi**, **Stefano Stefanucci** di Federdoc, **Angelo Maci** presidente Cantina Due Palme, **Luca Rigotti** presidente di Mezzacorona, **Giovanni Casati**, responsabile enologo Genagricola, **Albiera Antinori** di Marchesi Antinori e **Christian Scrinzi**, direttore enologico del Gruppo Italiano Vini. È questa la dimostrazione di come il tema della sostenibilità ambientale ed economica riguardi, oggi, un sempre maggior numero di aziende vinicole.

Tag: [Masterclass](#), [VinoVip 2017](#)

Leggi anche ...



Vino Bio: cominciamo dalla Barbera

Il biologico in viticoltura: se ne sente parlar ... [Leggi tutto](#)



La relazione crea valore. Nuove strategie di comunicazione

Il ruolo dell'intelligenza emotiva e la capacità d ...



Le Ali di Mercurio, un'accademia per gli enologi

«Quando si dice vino, si parla quasi sempr ... [Leggi tutto](#)