

23 dicembre 2010

La tipicità dei vini nel mondo globalizzato

La tipicità del vino è il risultato di uno sforzo collettivo di attori che sfidano il tempo

Le problematiche legate alla produzione del vino sono in continua evoluzione, poiché in questi anni sono cambiati i sistemi di informazione e le esigenze del consumatore, così come è aumentata la disponibilità di prodotti presenti sul mercato.

L'enologia italiana ha da tempo consolidato il suo ruolo nel mercato mondiale, fornendo prodotti con un adeguato rapporto qualità/prezzo. Tuttavia lo scenario futuro presenta alcune criticità, (quali la forte espansione produttiva di paesi come l'Australia, gli Stati Uniti e alcuni paesi dell'America latina), che, se non prese in considerazione con attenzione, potrebbero portare ad una perdita di competitività del valore delle produzioni enologiche italiane.

Il mercato del vino è quindi sollecitato da due situazioni: da un lato, la spinta verso un sempre maggiore spazio commerciale per i vini provenienti dai nuovi paesi produttori, dall'altro lato, la necessità di un'azione di consolidamento dei vini con una forte tradizione viticola ed enologica legata al territorio, che trovano in Europa, e in Italia in particolare, l'area più importante. Da queste considerazioni scaturisce l'evidenza che il sistema delle produzioni enologiche italiane debba esprimere maggiormente le sue capacità, sia di

produrre vini peculiari (tipici), che di adattarsi con rapidità ai cambiamenti delle condizioni ambientali e sociali al contorno. Per realizzare questo duplice obiettivo, è necessario interpretare le produzioni enologiche, non come qualcosa di immutabile, come un certo modo di concepire la tradizione richiede, ma in modo dinamico. Tale impostazione si traduce operativamente nel definire il profilo qualitativo di un vino, attraverso la combinazione di *caratteristiche di idoneità*, che rispondano alle esigenze del mercato globalizzato e che siano comuni a tutti i vini (ad esempio l'acidità, l'astringenza, la viscosità, ecc.) e che sono soggette a possibili adattamenti, con *caratteristiche di tipicità*, che riflettano la connotazione territoriale del prodotto (ad esempio aromi floreali, fruttati, ecc). In tal senso si potrebbe usare lo slogan di *tradurre il territorio in peculiarità*, che in termini più precisi vuol dire salvaguardare il legame vitigno-zona di produzione e quindi incrementare il valore aggiunto e la sostenibilità delle produzioni enologiche.

Mario Bertuccioli



(foto: archivio Georgofili)