

LETTERE & COMMENTI

LE LETTERE VANNO INVIATE A: Corriere Adriatico via Berti 20, 60100 Ancona T: 071 4581 E: lettere@corriereadriatico.it F: 071 41898

Nel mercato globale bisogna saper ascoltare

GENTE
DI VINO



ALBERTO MAZZONI*

Nel corso degli anni la professione dell'enologo e dell'enotecnico ha visto espandere il proprio campo di competenza e di azione nei confronti di tutta la filiera vitivinicola, dal vigneto al bicchiere. Una prima grande trasformazione è avvenuta a metà degli anni '80, quando l'enotecnico si limitava a

produrre vino solo basandosi sulle proprie conoscenze enologiche o peggio sul suo gusto personale. Si è quindi compreso che il proprio ruolo poteva ampliarsi e consistere nel riuscire a ottenere il miglior vino possibile, considerando la qualità della materia prima nell'ambito di un territorio ben preciso, nel rispetto di una tradizione che si evolve e muta e soprattutto con uno sguardo verso le nuove tendenze del mercato.

In questi ultimissimi anni poi, il ruolo dell'enologo si è ulteriormente affinato e delineato. Oggi la sua mansione è più globale e trasversale, passando da

comunicatore ad ambasciatore del vino nei confronti del consumatore. In questa fase di crisi, l'enologo e l'enotecnico rappresentano un punto di forza per la propria azienda, contribuendo alle scelte strategiche, gestionali e produttive, a condizione che siano aggiornati sulle numerose possibilità che oggi il mercato mette a disposizione. Si devono adoperare a 360 gradi per cercare di rendere i propri prodotti maggiormente competitivi, sempre nel rispetto di una tipicità e qualità ormai acquisite. Saperli presentare rappresenta quindi il vero fulcro aziendale. Un motore che influenza e

determina il destino di un'azienda.

La parola d'ordine per il futuro è "saper ascoltare". Ascoltare il mercato, i clienti, le evoluzioni della tecnica enologica e soprattutto viticola e, infine, aggiornarsi sulle disposizioni di legge.

In questo modo sarà più facile produrre vini che rispondano alle esigenze del mercato e alle aspettative dei consumatori; occorre comunque non cadere nel rischio della standardizzazione e della "ricetta", applicata dovunque e comunque. Qui entra in gioco la bravura e la sensibilità di ogni collega, che non sta nell'apprendere una tecnica e

riproporla fedelmente a mille chilometri di distanza, magari su altre uve, aspettandosi di ottenere lo stesso risultato: non avrebbe senso, sarebbe anzi controproducente.

La capacità sta innanzitutto nel comprendere la tecnica e di contestualizzarla nell'area in cui ci si trova. Il vino è un progetto e questo progetto noi lo dobbiamo avere bene in testa prima di cominciare a produrlo. Il risultato non deve essere una sorpresa. Questo perché tra la scelta dell'impianto del vigneto e l'imbottigliamento abbiamo centinaia di decisioni da prendere. Occorre conoscere le conseguenze di queste

decisioni. A ogni incrocio dobbiamo sapere qual è la strada che ci allontana o ci avvicina a quel progetto. Il primo compito è il rispetto della tipicità varietale, tenendo sempre a mente la definizione di qualità riportata da una lontana norma Iso: "Qualità = l'insieme delle proprietà o delle caratteristiche di un prodotto o di un servizio che conferiscono ad esso la capacità di soddisfare esigenze espresse o implicite".

L'enologo moderno è colui in grado di comprendere e far comprendere tutto questo poiché più l'enologo abbandonerà il proprio laboratorio di analisi per confrontarsi con chi il vino lo acquista e lo consuma e più avremo compreso appieno il nostro ruolo e più saremo essenziali e determinanti.

* presidente Assoenologi Marche