

# 1/2 pieno 1/2 vuoto

di Loredana Sottile

## Se il Bordeaux cambia strategia

C'erano una volta i grandi châteaux di Bordeaux chiusi nelle loro roccheforti a guardare i facoltosi avventori bussare alle porte dei négociant per fare i loro affari. Oggi la favola è cambiata. I grandi châteaux vengono fino a Roma ad incontrare gli stakeholder italiani e presentare i loro prodotti. Prova ne è l'evento organizzato dalla storica società di distribuzione Sarzi Amadé, che lo scorso 31 marzo ha portato 42 realtà bordolesi a Palazzo Merulana per un appuntamento che, tra Roma e Milano, potrebbe diventare annuale. "Oggi il sistema dell'en primeur è entrato in crisi - spiega il direttore commerciale del gruppo Massimo Bernardi - Funzionava quando gli châteaux avevano uno strapotere e, diciamo pure, se la tiravano un po' di più. Oggi sono loro i primi a voler accorciare le distanze rispetto al mercato". E il mercato ringrazia.

## Andar per cantine (ma a piedi)

La stagione dell'enoturismo è ufficialmente iniziata. Le cantine ci investono, le fiere lo inseriscono nell'offerta, i consorzi lo propongono. Eppure, manca ancora qualcosa. Secondo l'ultima indagine firmata Mtv e Ceseo, raggiungere le wine destination è ancora una corsa ad ostacoli o meglio un salasso: i costi per i taxi o il noleggio con conducente arrivano a sfiorare i 200 euro (con tariffe più alte al Sud Italia). Ma a volte rappresentano l'unica possibilità di spostamento. Altro dato: nel 2025, l'Italia ha accolto 104 milioni di turisti stranieri (il 2026, vista la situazione potrebbe essere meno generoso, vista la situazione geopolitica), ma di questi, meno del 10% ha visitato un'azienda vitivinicola. Si può fare di più? Si deve. Altrimenti equivarrebbe a tirare su una casa di sei piani, dimenticando di costruire le scale (anche un ascensore andrebbe bene, ma non esageriamo!).

## La GenZ beve Ma lo fa da GenZ

A furia di dare sempre la colpa ai giovani, li abbiamo totalmente persi di vista. Ma loro ci sono e vivono e lottano in mezzo a noi. Ce lo confermano i dati sui consumi di vino. La GenZ si informa, va a votare (prova ne è l'ultimo referendum sulla giustizia), e - udite udite - beve vino. Ma ovviamente lo fa da GenZ: non a tavola ogni giorno, non perché cerca l'abbinamento perfetto con la cucina, ma soprattutto perché è buono il gusto e perché bere è fashion. E c'è di più. I giovanissimi spendono mediamente di più delle altre generazioni. A stravolgere la lettura vitivinicola troppo stereotipata degli ultimi anni è l'Osservatorio Uiv-Vinitaly che lancia anche un'altra bomba: altro che bianchi e bollicine, gli under 28 amano i vini rossi (e non parliamo di vinelli). L'unica cosa innegabile? Il calo demografico in corso. Ma questa non è una colpa (non loro almeno!).

## Transizione poetica a Bolgheri

"I cipressi che a Bolgheri alti e schietti van da San Guido in duplice filar, quasi in corsa giganti giovinetti mi balzarono incontro e mi guardar". Davanti vi trovarono delle opere di connessione alla rete elettrica nazionale di un grande parco eolico offshore flottante nel Mar Ligure. Scusate per l'accostamento improprio tra i versi di Giosuè Carducci e la descrizione tecnica del progetto di transizione energetica interregionale. Ma forse serve a rendere meglio l'effetto straniante della "transizione" poetico-ambientale, che di certo non piace al Consorzio della Doc Bolgheri, tanto da spingere la sua presidente, Cinzia Merli, a rispondere per le rime (metaforicamente parlando) con una lettera al Ministero dell'Ambiente. In gioco c'è il famoso Viale dei Cipressi dove ogni anno si tiene una delle cene più lunghe (ben un chilometro) della storia vitivinicola.

## La fiera dell'orgoglio vitivinicolo

"Vista la situazione è andata meglio del previsto". È stata probabilmente questa la frase che è risuonata di più quest'anno tra i corridoi della fiera di Verona. Se lo scorso anno era stato il Vinitaly dei dazi di Trump, anche stavolta il tycoon ce l'ha messa tutta per prendersi la scena (non sono stati da meno i politici italiani, ma con ben obiettivi diversi). La partenza della fiera è stata da motore Diesel (giusto per tirare fuori anche il tema carburanti), ma poi la macchina ha ritrovato slancio fino ad accumulare energia, sorrisi ed entusiasmo (almeno quelli non seguono il costo del barile). Alla fine, per fortuna, ha prevalso la filosofia Mengoni: "Mentre il mondo cade a pezzi, io compongo nuovi spazi". Compresi quelli che la fiera ha dedicato a no alcol, mixology ed enoturismo. Un Vinitaly pride, potremmo definirlo, che in un mondo di scontri ha celebrato la forza dell'incontro.

## Non nominare il nome naturale invano

Non l'abbiamo vista arrivare, ma è già tra noi: la direttiva Ue anti-greenwashing è entrata in vigore a marzo 2024 ed entro settembre 2026 la sua applicazione sarà obbligatoria in tutta Europa. Il principio su cui si basa è semplice: non dichiarare ciò che non si può dimostrare. Il campo da gioco è quello della sostenibilità (parola ameba per eccellenza). Via quindi termini che ammiccano senza essere, come green, verde, carbon neutral, eco-friendly e naturale se non supportati da prove verificabili (come ad esempio una certificazione). Attenzione: non si parla solo di etichette, bensì di slogan, materiale informativo e perfino nomi di manifestazioni e fiere. Il pensiero va soprattutto a tutta la narrazione legata al vino naturale, dove dimostrare il legame ad una certificazione non è possibile, semplicemente perché una certificazione non esiste. Come si dice: filiera avisata, mezza salvata.