



Sostenibilità, l'impegno di unire etica e tecnica

[DI ANNA GAGLIARDI]

Ci sono ancora oggettive difficoltà a comunicare correttamente il concetto di sostenibilità e a renderlo accattivante per il consumatore. Il termine "sostenibile" abbinato a un vino, infatti, pur evocando valori positivi e una sorta di etica nelle fasi produttive, non è sufficientemente chiaro, né fonicamente affascinante. A volte suscita addirittura il dubbio che possa celare, sotto forma di pregio, qualche difetto del vino.

Per uscire dall'impasse c'è chi ha tagliato corto (Oscar Farinetti) e utilizzato il termine "libero" per pubblicizzare il vino sostenibile prodotto dalle dodici aziende aderenti al progetto Vino Libero (Borgogno, Mirafiore, Fontanafredda, Cantine del Castello di Santa Vittoria, San Romano, Agricola Brandini in Piemonte; Monte Rossa in Lombardia; Serafini & Vidotto in Veneto; Le vigne di Zamò in Friuli; Fulvia Tombolini nelle Marche; Agricola del Sole in Puglia; Calatrasi & Micciché in Sicilia), sollevando non poche critiche per il messaggio geniale, ma distorto, lanciato con questo brand.

[LIBERO, DA CHE?]

«Libero da che cosa? Io me la prendo quando vedo applicato al nostro mondo vinicolo del marketing ingannevole – dice (e scrive sul web in modo più esplicito) **Gianluca Morino**, presidente dell'Associazione del Nizza, viticoltore e attivo blogger –. Da anni moltissimi produttori si stanno impegnando per un minore utilizzo della chimica in vigna e stanno cercando contestualmen-

Fermento in
Piemonte per
andare oltre una
tutela ambientale
solo di facciata

te di mantenere alta la qualità della produzione, ma questo non significa che il vino di oggi sia "prigioniero" o "avvelenato", a maggior ragione se con livelli di residui anche più bassi dei vini spacciati per "liberi"».

I viticoltori che non hanno preso la scorciatoia comunicativa sono tanti, cioè tutti quelli che, negli ultimi anni, sono passati da piccole sperimentazioni a cospicue produzioni sostenibili. Sono quelli che sovente rimangono nell'ombra, piccole realtà che non hanno una linea dedicata sul totale delle bottiglie,

[**Gianluca Morino**, presidente dell'Associazione del Nizza.



[1 - L'impatto della sostenibilità.

L'azienda Sulin prima (sullo sfondo, con l'interfilare nudo) e dopo (in primo piano, con le fioriture) l'adozione del protocollo Vignetico.

[2, 3 - Aumento delle ore lavoro. Ridurre trattamenti ed emissioni di CO₂ richiede più tempo da passare in vigneto.



ma che hanno fatto della sostenibilità una scelta di vita e di lavoro.

[PRATICHE VIRTUOSE CONDIVISE

Si sono affidati a consulenti, agronomi, ricercatori e docenti universitari per cercare fondamentalmente l'equilibrio perfetto tra qualità del vino e produzione virtuosa, rispettosa non solo dell'ambiente, ma anche della salute umana. Li accomuna il fatto di non sposare il biologico, né il biodinamico, e di utilizzare pratiche di agricoltura integrata che, senza drastiche soluzioni o filosofie, garantiscono buoni risultati in termini qualitativi,

quantitativi ed economici.

«In Piemonte queste pratiche sono seguite da tempo, favorite da alcune condizioni preesistenti: un generale scarso utilizzo della chimica, una diffusa attività umana e agronomica, grande manualità in vigna e meno meccanizzazione rispetto ad altre regioni italiane – spiega l'agronomo **Dino Bevione**, mentore del Progetto VignEtico, evoluzione più recente di un analogo lavoro effettuato in frutticoltura nei primi anni 2000, finalizzato al raggiungimento di produzioni sostenibili a 360 gradi». «Nel 2008 abbiamo compiuto le prime sperimentazioni in viticoltura nell'area di Barolo e Barbaresco, – racconta – quindi dalle Langhe ci siamo allargati al Monferrato: ora non si parla più di sperimentazione, ma di una metodologia produttiva vera e propria che permette, tramite un protocollo condiviso, di limitare fortemente gli agrofarmaci, migliorandone l'efficacia e riducendone la residualità».

Queste pratiche virtuose possono essere applicate ovunque?

«Sì, ma andando di volta in volta a individuare quelle migliori per rispettare le caratteristiche pedoclimatiche e sfruttando tutte



[**Dino Bevione**, agronomo.

ILSA

AGROTECNOLOGIE

www.ilsagroup.com

OOHH... ILSA!



AGROGEL®, NEL SUO TERRENO NON C'È CONFRONTO.

Vincono per forza le colture nutrite con i fertilizzanti a base di Agrogel® perché l'esclusiva matrice organica di Ilsa, completamente naturale, risultato di oltre 50 anni di innovazione, ricerca e sperimentazione, garantisce una straordinaria efficienza di concimazione: dare meno per avere di più, perché evitare sprechi è la prima regola per proteggere l'ambiente e il proprio bilancio.

Con Agrogel®, la terra, patrimonio chiave dell'agricoltore, può dare il meglio di sé e rendere disponibile alle colture l'azoto di cui hanno bisogno, nel momento in cui lo richiedono, senza sprechi e dispersioni.

Agrogel® è un intelligente mezzo che nutre e si prende cura del terreno e delle piante, rispetta l'ambiente e assicura indiscutibili vantaggi economici.

Le colture nutrite con prodotti a base di Agrogel vincono ogni sfida!

Ennekappa
ha tutta la forza della matrice Agrogel®

le risorse disponibili in quella determinata zona».

Allo studio dei terreni si aggiungono quelli sull'indice di salubrità del vigneto, la valutazione, con analisi chimiche multiresiduali, del comportamento dei vari agrofarmaci sull'uva e sul vino da essa derivato, e l'analisi qualitativa sulle caratteristiche organolettiche e chimiche dell'uva e del vino ottenuto. Il tutto con l'obiettivo di definire un numero massimo di residui sull'uva e sul vino e un loro marcato abbattimento quantitativo riferito all'Rma (Residuo massimo ammesso).



[**Fabio Fracchia.**

produzione è, a tutti gli effetti, sostenibile. Da quest'anno anche certificata. «Nei trattamenti usiamo prodotti che riescono ad assicurare il minore impatto ambientale - spiega Fracchia - e, grazie a una centralina meteorologica che monitora i parametri climatici, conteniamo al massimo gli interventi. Questo significa diminuire l'uso del trattore nel vigneto, le emissioni di anidride carbonica in atmosfera, nessuna tossicità per noi che lavoriamo la vigna e un residuo di sostanze chimiche provenienti dai trattamenti nel vino e nelle uve pari a zero o inferiore del 90% rispetto al limite massimo».

VignEtico ha cambiato il vostro modo di lavorare?

«Sicuramente dedichiamo più tempo al lavoro manuale in vigna. Ma ne vale la pena: i risultati sono palesi nella salubrità delle uve e nella qualità del prodotto. Noi abbiamo cambiato l'approccio generale rispetto all'agricoltura tradizionale, cercando di fare scelte qualitativamente premianti già prima di aderire al Progetto, selezionando metodi e materiali. VignEtico ha perfe-



[**Fabio Gallo.**

[UN TAGLIO ALLE EMISSIONI DI CO₂

Fabio Fracchia è titolare, insieme al fratello Mauro, dell'azienda Agricola Sulin, a Grazzano Badoglio, nell'Astigiano: il Barbera del Monferrato è il *core business* della produzione (il top gamma è il superiore "Ornella"), che si concentra sui rossi monferrini e, da qualche anno, anche su una percentuale più ridotta di bianchi e spumanti. Aderisce al Progetto VignEtico e ormai la sua intera

[RESIDUI ZERO Nessuna traccia di trattamenti

Sempre in Piemonte, un analogo impegno nell'ambito della sostenibilità è partito nel 2011 dalla Cooperativa Sei Alfieri, che raduna sei aziende agricole (Cava dei Vini e Francesco Franco di San Damiano, Massano e La Vallata di San Martino

Alfieri, Cascina Le Maire di Ferrere e Tenuta La Pergola di Cisterna, tutte nell'Astigiano) produttrici di un Barbera d'Asti senza residui.

Le sei aziende hanno avviato il progetto Residuo Zero (ora marchio registrato a livello internazionale), aderendo al disciplinare omonimo che permette la produzione di vini senza residui chimici derivanti dagli agrofarmaci impiegati nei vigneti. "Visus" è il primo Barbera d'Asti docg realizzato dalle sei aziende seguendo questo metodo sostenibile, distribuito esclusivamente dalla Cascina Le

Maire. Spiega **Giuseppe Ferrara**, titolare della Cascina e vicepresidente della Cooperativa: «I nostri viticoltori hanno sperimentato la nuova tecnologia nel 2008 su circa tre ettari di terreno coltivato a vigna e nel 2009 hanno prodotto 4.000 bottiglie di Visus, presentandolo ufficialmente nel 2010. Ora la produzione si assesta su oltre 10.000 bottiglie: ogni lotto è certificato con analisi di laboratorio consultabili tramite il nostro sito. Al consumatore basta indicare il numero di lotto e si risale alla certificazione che attesta l'assenza di residui chimici».

Come funziona il protocollo?

«Il documento definisce le linee guida da percorrere per l'annata viticola nei vigneti che

adotteranno il marchio Residuo Zero. Il progetto si prefigge una gestione fitosanitaria della vigna che ricorra al minor numero di trattamenti antiparassitari, con prodotti a basso impatto ambientale, consentendo un abbattimento dei costi di produzione e dei residui di fitofarmaci sul vino.

L'azienda che aderisce al protocollo si impegna a seguirne tutte le indicazioni».

A distanza di tre anni dalla sperimentazione che bilancio traccia?

«Tutti i sei produttori hanno adottato il protocollo e quest'anno usciranno con il logo Residuo Zero sull'etichetta della bottiglia. Vorremmo trovare altri produttori che vogliano seguire la nostra esperienza, perché crediamo che il fatto più importante sia avere un vino veramente privo di residui».

Avete anche ideato un'applicazione Residuo Zero basata su piattaforma Android e Apple...

«Questo per favorire una conoscenza immediata delle aziende e anche per promuovere il territorio di produzione. Siamo però ancora in una fase di crescita: permangono difficoltà a fare massa critica e a uscire dai confini tracciati fino a oggi».

Residuo Zero è un marchio registrato



[**Vigneto Zero Residui.**



[**Giuseppe Ferrara.**

zionato il nostro lavoro indirizzandoci verso nuovi traguardi».

Tutto questo è recepito dal consumatore?

«Sì, ma siamo noi, di persona, a spiegare ai nostri clienti che cosa facciamo, che cosa c'è dietro l'etichetta e dentro una bottiglia. In Italia e all'estero».

Deficit di comunicazione?

«E' la prossima sfida del Progetto VignEtico – risponde Bevione –, ma siamo sulla buona strada: proprio in questi giorni abbiamo gettato le basi per allargarci ad altre regioni, dopo la Toscana anche l'Emilia Romagna e il Veneto, per raggiungere il centinaio di aziende aderenti al progetto. Questo ci spinge a comunicare diversamente, a fare più sistema e a uscire dal guscio».

[«E LA QUALITÀ DOVE LA METTIAMO?»]

«Non dobbiamo concentrarci sul messaggio promozionale – è l'opinione fuori dal coro di **Fabio Gallo**, delegato AIS Piemonte – ma sulla qualità del prodotto finale, senza mai dimenticare che il

[CERTIFICAZIONE Magis entra nella fase “brand”]

Dopo tre anni di messa a punto del protocollo di sostenibilità, grazie alla collaborazione dei più attivi centri di ricerca italiani, il progetto Magis si evolve. Nel 2013 saranno certificate dal marchio Magis le prime 20 delle oltre 100 aziende che utilizzano metodi di produzione sostenibili in linea con il protocollo. «Questa esperienza – afferma **Emilio Renato de Filippi**, direttore dell'azienda Castello di Cigognola, nell'Oltrepò pavese e coordinatore delle aziende Magis – dimostra che qualità e sostenibilità sono la chiave per uscire dalla logica perversa di prezzi bassi ed espianti». L'attenzione alla tutela dell'ambiente ha stimolato la messa a punto di un protocollo che prevede il ricorso alle più innovative tecniche di gestione del vigneto, stimolando l'interesse nei confronti della viticoltura di precisione. L'attenzione all'innovazione è diventata in Magis la chiave per trovare il giusto compromesso tra sostenibilità ambientale, sociale ed economica, e sta consentendo di affrontare con successo i mercati green-oriented più evoluti. ■ **Lorenzo Tosi**

Le produzioni delle 20 aziende certificate Magis potranno essere degustate al Vinitaly di Verona, pad. 7, stand B8

vino deve evocare sensazioni piacevoli. Senz'altro la strada intrapresa da molte nostre aziende è verso la sostenibilità, al di là del biologico o biodinamico; il mondo va in quella direzione ed è una scelta meritevole. L'obiettivo deve rimanere tuttavia la bontà finale del vino, solo in seconda battuta interessa sapere con quali metodologie è prodotto o se è una doc o una docg».

E Vino Libero?

«Non mi interessano le polemiche, né, ripeto, il messaggio promozionale. Il vino va bevuto e giudicato nel bicchiere, non dal marketing dell'azienda». ■

