

VINITALY

4 aprile 2007

IL FUTURO DEL VINO MONDIALE, SECONDO JANCIS ROBINSON, WINE CORRESPONDENT
PER IL "FINANCIAL TIMES" E UNO DEI PALATI PIU' QUOTATI AL MONDO

"Solitamente quando si chiede di prevedere il futuro le persone guardano a cosa sta accadendo ora. Nella metà degli anni '90, avrei dovuto predire che il mondo intero sarebbe stato piantato a Chardonnay e Cabernet Sauvignon. Quanto sarebbe stato sbagliato. Scrivo di vino da tanto tempo per capire che i pendoli, come le mode, oscillano avanti e indietro e può sembrare che il futuro dello stile dei vini rimanga fermo sui vini dolci e potenti, ma credo fermamente che questo pendolo abbia raggiunto la sua massima oscillazione e stia progressivamente tornando indietro verso uno stile all'insegna della delicatezza, dell'eleganza e, cosa più importante per la qualità di un vino, della freschezza e della bevibilità. I consumatori stanno esprimendo sempre più la loro avversione verso i vini esagerati, preferendo sempre di più i vini fini e sottili. Desiderano bere non assaggiare. I rivenditori, dal canto loro (Marks & Spencer, per esempio), comprano sempre di più vini meno alcolici. I produttori, in lotta con il cambiamento di clima, lieviti sempre più invasivi, e l'influenza degli assaggi in cui i vini più pesanti emergono più facilmente, ricercano sempre complessità nei profumi a discapito del carico alcolico. Voi produttori siete molto, molto importanti. Siete sempre più attenti ai vostri clienti. Siete sempre più attenti ai vostri vini più di quanto lo siano i vostri rivenditori. I produttori sono anche degustatori e bevitori estremamente sensibili. Mi fido di voi come guida ad un ritorno verso vini più freschi e bevibili utilizzando tutte le tecniche innovative e la conoscenza scientifica che abbiamo a disposizione e che non avevamo 10 o 5 anni fa. Con il global warming incombente, non sarei sorpresa di vedere crescere l'interesse verso i vini bianchi. Per quanto riguarda il prezzo, il futuro non sembra così luminoso. Il mercato continua a espandersi e c'è un aumento sul fronte dei prezzi dei "trophy wines" (vini da collezione, ndr). Sempre più i collezionisti dei nuovi mercati quali Asia, Russia, Sudamerica - non si preoccupano di quanto spendono - almeno non come gli inglesi. Proprio come la differenza di qualità tra vini al top o alla base della piramide produttiva è più stretta di quanto non sia mai accaduto, così i prezzi invece sono al loro massimo - davvero curioso. Ci sono molti vini buoni (non trophy) ma hanno bisogno di tempo per guadagnarsi una reputazione sufficiente per arrivare a spuntare dei prezzi alti. La pressione dei prezzi sui vini trophy continuerà purtroppo. E questi vini resteranno in un regno speciale che è terra sconosciuta ai bevitori ordinari - un peccato. E' molto deprimente per i produttori pensare che stiano producendo beni di lusso, piuttosto che vini solidi? I "trophy wines" restano solo per milionari. Forse questo fornirà la spinta ai produttori a fare ulteriori sforzi nella creazione dei loro secondi vini, sapendo che questi sono i soli che gli appassionati comuni sono in grado di permettersi quando vogliono farsi un regalo. La concorrenza continuerà ad aumentare quanto cresce il mondo del vino. Questo arresterà i prezzi al di sotto di quelli dei "trophy wines", aumentati troppo velocemente. L'imballaggio si evolverà. Tappi di sughero contro tappi a vite. Bottiglie necessariamente? Comunicazione: i produttori ed i consumatori metteranno sotto pressione sempre di più i comunicatori che stanno nel mezzo. Se stessi cominciando oggi, andrei direttamente su web - molto democratico e davvero globale. Cari produttori, non fateci dimenticare che il vino non è solo denaro, alcool o punteggi ma piacere".