



## “Doc e Docg non bastano più per dare garanzie ai consumatori”

*Parla l'enologo-scienziato Donato Lanati: “Meglio puntare sull'impronta digitale del terreno per assicurare la trasparenza e la sicurezza alimentare del vino”. “Per l'Italia, che ha tanti vitigni autoctoni, garantire l'origine con la tracciabilità scientifica vuol dire essere più competitivi sul mercato globale”*

“**I**l consumatore ha bisogno di certezze, vuole più trasparenza. Cosa cerca in un vino? Che sia autentico e riconoscibile, ma chi risponde a queste esigenze? Le Denominazioni d'Origine sono vecchie, superate e non danno le dovute garanzie”. A parlare è **Donato Lanati**, l'enologo-scienziato, uno dei massimi esperti mondiali di tracciabilità del vino. Lui, che ha fondato il centro di ricerca Enosis Meraviglia nel Monferrato, sostiene da anni la necessità che la scienza venga messa al servizio dell'enologia per verificare la trasparenza e la sicurezza alimentare. In altre parole, prevenire ed evitare

le frodi è possibile, eccome. Nei laboratori di Enosis Meraviglia, infatti, si fanno controlli, per privati ed Enti, che stabiliscono se le Docg sono autentiche, se le varietà utilizzate sono quelle previste dal disciplinare di produzione, o se, per esempio, sono stati aggiunti dei vitigni diversi per aumentare gli ettolitri di vino immessi sul mercato. I controlli che oggi certificano le Doc e le Docg sono per Lanati troppo carenti, legati ancora a documenti cartacei, commissioni di degustazioni ed analisi sulle caratteristiche fisico-chimiche del vino, che non danno certezza sull'origine del prodotto. Gli strumenti scientifici non mancherebbe-

ro, tutt'altro, quel che manca probabilmente per qualcuno, è la volontà di impiegarli.

“Prima utilizzavamo la risonanza magnetica nucleare - spiega Lanati - che ci diceva se un vino veniva, o no, da quel territorio determinato. Questo metodo creava una serie di problemi perché ogni anno dovevamo realizzare una banca dati e i risultati ottenuti erano estremamente probabilistici. Oggi, per fortuna, è nato un settore di ricerca avveniristico che fa perno sull'impronta digitale del terreno”. Il principio si basa sul fatto che la vite, come qualunque altra pianta, per metabolizzare e produrre, deve assorbire



### Stile unico e irripetibile, la sfida di “Ampeleia”

Ampeleos è parola greca che indica la pianta della vite. Kepos, sempre dal greco, significa “giardino”.

Sono i nomi dei due vini prodotti da Ampeleia, azienda nata nel 2002 nella terra della Maremma to-

scana. Due vini che rappresentano una piacevole novità nel panorama enologico italiano, perché il loro u-vaggio è unico per concezione e realizzazione. L'obiettivo finale del progetto Ampeleia, infatti, è raggiungere uno stile unico ed in parte irripetibile: la piacevolezza, l'avvolgenza e la freschezza della seta. Ampeleia non è solo un'azienda o un vino, ma un progetto che ha al centro l'interazione e lo studio della sinergia tra uomo e natura. Suddivisa su tre livelli di altezza - Ampeleia

degli elementi minerali e, tra questi, anche una piccola parte di metalli pesanti, ad esempio piombo e stronzio, che non vanno incontro a frazionamento isotopico. La matrice del terreno passa indelebile nel percorso radice, pianta, uva, per poi arrivare al vino, dove questi metalli sono presenti e rintracciabili in percentuali diverse. Per capire quindi se una bottiglia proviene da una zona determinata, occorre semplicemente analizzare il terreno e verificare se quegli elementi distintivi sono presenti, o no, nel vino. “Lo so di non essere simpatico a qualcuno quando parlo di queste cose - ironizza Lanati - ma se vogliamo essere competitivi, in questo mondo globalizzato, dobbiamo vendere origine. I vini del Nuovo Mondo sono fatti bene, talvolta sono dei grandi vini, ed i costi di produzione sono decisamente inferiori ai nostri. Cinque dollari all’ora in Australia, contro i nove euro all’ora dell’Italia. Come facciamo a competere? Per fortuna loro hanno utilizzato la filosofia della varietà internazionale, producono Syrah, Merlot, Cabernet e Sauvignon. Noi vendiamo origine, che non significa soltanto un confine geografico, ma tutto quello che rappresenta il nostro sapere, la nostra storia e le nostre tradizioni. E come garantiamo l’origine al consumatore se non attraverso la tracciabilità scientifica?”. Secondo l’enologo, il nostro Paese dovrebbe puntare su qualità e riconoscibilità, legati

indissolubilmente ad un territorio che sa raccontare quel vino, autentico, identificabile e sicuro. Chi non ricorda lo scandalo del Brunello di Montalcino, pochi anni fa, quando si scoprì che alcuni produttori utilizzavano oltre al Sangiovese, anche una piccola percentuale di altri vitigni? Fu un autogol senza precedenti e, ad onor del vero, una parte della stampa ci mise il carico da novanta parlando di Velenopoli e di vino sofisticato. Chiarendo quando accade, i Brunello in questione non facevano male alla salute, ma certamente non erano in linea col disciplinare di produzione che prevede, ancora oggi, l’utilizzo del solo Sangiovese in purezza. Le frodi commerciali, ahimè, esistono ma la tracciabilità scientifica potrebbe prevenirle, evi-



tando scandali che, come nel caso del Brunello, hanno portato un grave danno d’immagine al nostro Paese e bloccato l’export per mesi. “Oltre a rispondere a queste richieste del consumatore - continua Lanati - occorre che si introduca anche un aspetto etico nuovo, legato all’ambiente. Oggi è al vaglio dell’Oiv (Organisation International de la Vigne et du Vin - ndr), un nuovo studio sull’impronta digitale del carbonio, che verificherà quanta Co2 viene immessa nell’ambiente dai produttori di vino.” L’OIV, un’istituzione intergovernativa a carattere scientifico e tecnico, si compone attualmente di 44 stati membri e ha tra i suoi poteri la formulazione di raccomandazioni ai Paesi aderenti in materia di produzioni e pratiche enologiche. Di questo progetto ancora embrionale sulla Co2, sono al vaglio due studi, uno australiano ed un francese, che permetteranno un monitoraggio serio delle immissioni di anidride carbonica. Attraverso un disciplinare volontario, il produttore potrà creare una filiera produttiva virtuosa che verrà resa nota al consumatore, con un “marchio etico di qualità” in bottiglia. “L’obiettivo è che il produttore diventi esso stesso garante e guardiano di un territorio che rispetta - conclude Lanati -. Quali sono i vini che oggi vanno per la maggiore? Sono Gavi, Brunello, Barolo, Casorzo, vini che hanno storia e che sono legati al proprio territorio.”

di Sopra, Ampeleia di Mezzo ed Ampeleia di Sotto - l’azienda comprende 150 ettari di cui solo 50 vitati, individuati attraverso una ricerca approfondita della diversità morfologica e strutturale dei suoli, i più idonei alla produzione di qualità. I due vini prodotti (Ampeleia e Kepos) nascono dall’unione sinergica di differenti vitigni provenienti da vigneti collocati ad altezze diverse. Il carattere nasce nel vigneto e raggiunge l’espressione finale nella bottiglia attraverso la fusione ideale di ogni variante: livelli di altitudine, diversità di suolo e microclima, vitigni, esposizione dei vigneti.

**Ampeleia:** la base produttiva è formata da Cabernet Franc e Sangiovese, ai quali si uniscono cinque vitigni

complementari dell’area mediterranea, le cui uve maturano nelle zone Ampeleia di Sotto ed Ampeleia di Mezzo.

**Kepos:** la base produttiva nasce da un’accurata selezione di determinate parcelle di cinque varietà mediterranee (Grenache, Mourvedre, Marselan, Carignano ed Alicante) situate ad Ampeleia di Sotto ed Ampeleia di Mezzo.

All’assaggio, Ampeleia 2007 e Kepos 2008 sono corposi ma setosi al tempo stesso, suadenti sicuramente. Riescono a convincere che la bontà e la perfezione esistono. Tra uno e l’altro la produzione di questi due Super Tuscans supera di poco le 100mila bottiglie.