

Prefazione

La storia dell'uomo s'intreccia da millenni con quella del vino. Difficile risalire a chi fu il primo o la prima a trasformare l'uva in "nettare". Le testimonianze archeologiche parlano di oltre 7000 anni prima della nascita di Cristo. Ma la lancetta della storia preistorica e antica è ancora in movimento. Chissà dove si fermerà. Nella Georgia del Sud, dove sono stati scoperti e datati semi della vite vinifera tra i 7 e i 5 mila anni a.C. o nella più vicina Sardegna dove studi recenti hanno scoperto manufatti e contenitori di vino risalenti a oltre 5 mila anni fa. Tanti sono i luoghi, i reperti, le testimonianze archeologico-scientifiche che testimoniano l'indissolubile legame tra l'uomo e la sua storia e tra l'uva e il suo prodotto più ricercato, il vino.

È evidente che il vino ha accompagnato non solo la vita di buona parte dell'umanità, ma ne è diventato parte integrante. La cultura del vino, non è un concetto pomposo e astratto; è solo la sintesi di un percorso comune durato millenni. Le conoscenze, le sapienze, le esperienze tramandate di generazione in generazione. Le scienze che ne stanno svelando i segreti. Le esperienze e il loro confronto a livello globale fanno del vino uno straordinario linguaggio comune. Un linguaggio comprensibile a tutti come la musica. Un linguaggio che accomuna uomini e popoli. Un potere enorme che vive sul piacere di sorbire non soltanto una bevanda alcolica, ma di poter apprezzare una storia irripetibile per ogni singola bottiglia aperta e degustata. Una magia che si ripete da sempre, ma che negli ultimi secoli è diventata materia di studio sistematico e di riflessione.

Oggi parlare di vino è apparentemente facile. Tutti lo fanno. Ogni livello ha il suo linguaggio. Dal quello accademico a quello professionale, a quello giornalistico-divulgativo, fino ad arrivare al linguaggio comune di quelli a cui il vino semplicemente piace e amano parlarne solo per condividere piacere ed esperienze.

Parlare di vino è divertente. Sempre più persone in tutto il mondo e naturalmente anche in Italia, a dispetto del calo dei consumi pro-capite che si registrano costantemente negli ultimi decenni, sono intrigate da questo piacere e dal suo racconto. Sempre più consumatori attenti (o anche no) disquisiscono di vitigni autoctoni, vini biodinamici, vini naturali, passaggi in barrique... A volte, rubando conversazioni nei tavoli dei ristoranti, si può assistere a vere disfide nel cogliere profumi e aromi. Con le mie orecchie ho sentito parlare di "sensazionali accenni di sentori di coda di cane bagnato". Ognuno, del resto, è libero di annusare e bere quello che vuole.

Ma il mondo del vino è anche produzione, occupazione, economia. Centinaia di migliaia di occupati solo nel nostro Paese grazie a questo meraviglioso prodotto figlio della na-

tura e soprattutto del lavoro dell'uomo. Per anni il vino si è diffuso grazie alla naturale propensione dell'umanità al commercio. Fenici, greci, romani hanno fatto la loro fortuna trasportando nel Mediterraneo carichi di anfore ricolme di vino. Le rivoluzioni industriali dell'800 e del '900 hanno modernizzato enormemente i mezzi, ma non la sostanza. Anche l'avvento della radio e della tv di fatto ha aumentato i volumi delle produzioni e delle vendite, ma non il modo del fare commercio. Grandi nostri produttori amano ricordare gli anni del dopoguerra quando "eroicamente" si riempivano di bottiglie gli spazi disponibili di un'automobile berlina e si partiva alla conquista dell'Europa. Oggi in parte è ancora così. Ma il mondo è ormai un altro. Oggi l'avvento della Rete impone nuove regole. Essere impreparati a questa legge significa restare indietro. Oggi bisogna essere in grado di conoscere e comprendere, studiare per poter agire al meglio su un mercato sì globale e con infinite possibilità, ma anche difficile da conquistare e da mantenere. Il libro di Barbara Sgarzi è uno strumento indispensabile per affrontare questo millennio delle meraviglie e delle comunicazioni a 360°. Oggi il grande e il piccolo produttore devono essere capaci di parlare una lingua apparentemente facile, ma che nasconde insidie e trabocchetti se non dominata. Anche chi ama solo bere un buon bicchiere di vino è bene che sappia come orientarsi.

Un produttore che ha qualità e passione, ingredienti indispensabili del buon vino, oggi deve confrontarsi in mare aperto con altre decine di migliaia di etichette provenienti da ogni dove. Sapere come muoversi, non solo è necessario, ma è indispensabile per uscire dal coro e farsi notare. Barbara Sgarzi, con il suo lavoro molto utile e completo ci fornisce basi teoriche e suggerimenti pratici per aiutarci a comprendere questa epoca così veloce. Parole e concetti solidi, lontani da quel chiacchiericcio in sottofondo che troppo spesso la comunicazione digitale del vino riversa in rete.

*Marcello Masi,
giornalista e conduttore televisivo*