

Vini autoctoni, una leva strategica cruciale

In primis Sono nettari che raccontano del luogo di origine, valorizzando i piatti regionali proposti nel menù e differenziando l'offerta rispetto a referenze omologate. Gli autoctoni sono una leva concreta per costruire carte identitarie e performanti in ristorazione. L'ideale è di comporre una lista-vini composta da 2/3 di referenze locali e da 1/3 di etichette "internazionali", per mantenere comunque una buona dose di riconoscibilità

di Roger Sesto, giornalista

Per capire come "girano" i vini autoctoni nella ristorazione, è doveroso premettere cosa si intende in genere per tale tipologia. Per vino autoctono si vuol significare un nettare prodotto da vitigni storicamente radicati (da almeno 200 anni) in un'area precisa, dove hanno sviluppato nel tempo una relazione virtuosa con suolo e clima. Pur se tale definizione non è condivisa da tutti gli esperti del settore. Tra gli esempi tricolore, partendo dai più semplici e generici, spiccano il Sangiovese in Toscana, il Nebbiolo in Piemonte, l'Aglianico in Campania e Basilicata (sebbene con caratteristiche diverse in funzione del terroir, il Vermentino in Sardegna e nella costa tirrenica di Liguria e Toscana. La definizione è riconosciuta in ambito divulgativo da Ais e Treccani e aiuta a distinguere l'origine culturale/culturale del vino, oltre ai suoi profili sensoriali.

Perché interessano a ristoranti ed enoteche

In carta, i vini autoctoni creano immediatamente degli storytelling, raccontando del luogo di origine, valorizzando i piatti regionali proposti nel menù e differenziando l'offerta rispetto a referenze omologate, ossia di etichette cosiddette "internazionali", a base di vitigni ubiquitari. Per il cliente significa trovare abbinamenti regionali o addirittura locali coerenti, scoprendo sapori non scontati. Il punto chiave è selezionare etichette definite nello stile, compatibili con la linea di cucina, possibilmente pertinenti il comprensorio ove il locale è sito: inutile e fuorviante una selezione di nettari "locali" ma scelti a caso su e giù per la Penisola; a questo proposito è bene avere un servizio di sala che supporti adeguatamente il cliente nella scelta e nell'abbinamento gastronomico, stimolandone la curiosità con racconti su ciò che sta per scegliere.

Autoctoni versus internazionali

Gli autoctoni esaltano la propria identità territoriale grazie a un terroir unico e irripetibile, al cosiddetto *genius loci*: i loro profili aromatici e gusto-olfattivi sono legati a suoli e microclimi, rese calibrate, potature, sesti di impianto, esposizioni e altimetrie delle vigne le più adatte possibili; con un deciso legame con la gastronomia locale. Tanto che uno dei criteri di abbinamento più comuni è quello di optare per un vino del territorio accompagnato da un piatto tradizionale del luogo. Inoltre, soprattutto per i bianchi, si va sempre più verso vini riconoscibili (anche a livello di vitigno) e quindi meno influenzati dall'affinamento, specie in barrique. Risultato: vini con forte riconoscibilità e pubblico curioso disposto alla prova al calice. I vitigni internazionali (ad es. Cabernet Sauvignon, Merlot, Chardonnay, Pinot Noir) offrono nomi noti e benchmark globali. Sono utili per attrarre clienti che cercano riferimenti sicuri e paragoni di qualità. In carta funzionano se inseriti con stili chiari e posizionamento coerente con il menu e con gli autoctoni presenti.

Confronto operativo in carta vini

La strategia ritenuta più proficua e vincente è, molto in generale, la seguente: pensare a una carta dei vini composta da 2/3 di referenze autoctone, la maggior parte delle quali locali, in relazione all'ubicazione del ristorante, le più identitarie possibili e coerente con il menù, così da poter creare abbinamenti i più stimolanti possibili; con 1/3 delle etichette di matrice internazionali, per mantenere comunque una buona dose di riconoscibilità, soprattutto per quegli avventori bevitori di etichette e poco propensi alla sperimentazione; con un servizio però sempre pronto a promuovere maggiormente gli autoctoni, una strategia vincente che combina il 60–70% di vini indigeni, per identità e abbinamenti, con un 30–40% di internazionali come “ancore” di riconoscibilità. La carta dovrebbe essere organizzata in diverse, ma chiare, sezioni: per tipologia, territorio d'origine, stile e vitigno. Ogni vino dovrebbe essere accompagnato da una brevissima descrizione, per esempio: “trattasi di un Nebbiolo senza solfiti aggiunti, dal carattere floreale, deciso e persistente”.

E per i ristoranti?

Una buona base di partenza per creare una coerenza tra menù e carta dei vini è di raggruppare elementi omogenei; partendo dal cibo, si potrebbe creare una carta declinata in sezioni: l'aperitivo territoriale, i primi patti saporiti, i grandi secondi della casa, i dessert. Per ogni “capitolo” andrebbero scelti almeno 2 vini autoctoni e 1 internazionale di supporto, evidenziando vitigno, area di origine, con qualche nota di servizio, come la temperatura ideale per bere il tal vino. Ma ciò non basta, occorre dare sostanza agli abbinamenti coinvolti, per tornare al concetto di coerenza. A esempio, se vi sono cotture al pomodoro e griglia, non può mancare il Sangiovese, specie il Chianti Classico. Qualora prevalessero stufati di selvaggina al tartufo, non potrebbe mancare un Nebbiolo di Langa, come il Roero o il Barbaresco Docg. Se, nella carta, svettassero paste ricche al ragù e brasati leggeri, la Corvina - alla base fra gli altri del Valpolicella Ripasso - sarebbe doveroso inserirla nella lista. Abbondano le scelte di pesci di mare non troppo grassi? Ecco il Vermentino (magari di Gallura). E così via. Il tutto aiuta sia la scelta dell'abbinamento da parte del cliente, sia a far girare la carta rapidamente, a beneficio di tutti. Ovviamente, perché tutto ciò abbia luogo, occorre un adeguato processo di formazione della brigata e del personale di sala.

Tendenze e consumatori, che chiedono sempre più qualità e autenticità

Report di settore, quali quelli di *IWSR*, *WineNews*, *Il Sole 24 Ore*, indicano interesse crescente per storie territoriali e sostenibilità misurabile. Gli autoctoni, se ben posizionati per fascia prezzo e contesto gastronomico, generano fidelizzazione e scontrino medio più alto rispetto a referenze generiche. Social e newsletter possono essere utili, sia per i ristoratori sia per gli avventori, raccontando ad esempio “il vitigno alla settimana”, e segnalando – con dei brevi video – sempre aggiornati, dei “pacchetti di degustazione” sempre però coerenti con la linea di cucina del locale. Perché i vini autoctoni funzionano in carta? Perché esprimono identità, coerenza gastronomica e racconti, anche semplici, ma storicamente molto profondi. Il tutto se supportati da alcune etichette internazionali, qualcuna anche iconica e relativamente costosa, e da un menù quasi modellato in funzione della lista dei vini.

I principali vitigni autoctoni italiani

Ma ecco una breve rassegna dei principali autoctoni della Penisola. Quelli provenienti dal settentrione sono in genere dotati di finezza e verticalità. Che sarebbe bene descrivere nella lista dei vini in questo modo: Langhe/Barolo (Nebbiolo) per secondi di carne e primi al ragù leggero; Teroldego e Lagrein per piatti saporiti di montagna; Schiava per aperitivi strutturati; oltre a vitigni

del Triveneto quali Corvina, Ribolla Gialla, Friulano, Schioppettino e Vitovska. Nel centro Italia dominano quelli “gastronomici”, ossia più adatti a combinarsi con una pietanza che a esser bevuti da soli, che mostrano energia e struttura. Vitigno fulcro di questo ampio areale, soprattutto sul versante tirrenico, è naturalmente il Sangiovese, che offre vini incredibili quali Chianti Classico, Brunello di Montalcino e Vino Nobile di Montepulciano. Sul versante adriatico, soprattutto se si va verso Sud, vitigno principe è invece il Montepulciano. Parlando di meridione e isole maggiori, vanno segnalati i seguenti vitigni, ricchi di potenza e calore alcolico. Tra i rossi, uno per tutti, l’Aglianico, forse la bacca più rappresentativa di Campania e Basilicata, per eleganza, struttura, tannicità, freschezza acida e note speziate, tratti in parte comuni a un altro vitigno da tenere in assoluta considerazione, il rivalutato Nero di Troia, che si esalta nella zona di Castel del Monte (Andria). Senza trascurare il Cannonau, dall’avvolgente e morbida trama palatale. Parlando di bianchi del sud, Greco di Tufo e Fiano di Avellino non possono mancare, grazie alla loro struttura delicata ma decisa, ai profumi delicati, alle note minerali (specie il Fiano) che sanno dipanarsi dopo anni di affinamento in vetro.

Il Merlot in Ticino: un autoctono reso tale da terroir

di Alessandro Pesce, giornalista

Il Ticino vitivinicolo ha un’antica storia, ma è con la prima metà del secolo scorso che inizia la prima rivoluzione della viticoltura e la nascita di quella che possiamo definire la viticoltura moderna come la conosciamo oggi. Con l’introduzione del vitigno Merlot, la cui sperimentazione iniziò nel 1906, ha cambiato radicalmente e in pochi anni la struttura e la vocazione viticola del Cantone. Grazie agli eccellenti risultati riscontrati nelle sperimentazioni, il Merlot in qualche decennio è diventato il vitigno più coltivato in Ticino, rimpiazzando le varietà piantate in modo poco accorto nella fine del 1800, in seguito alla distruzione del vigneto europeo da parte di malattie importate inconsapevolmente dalle Americhe che, anche a sud delle Alpi, hanno causato danni incalcolabili. Con i cambiamenti climatici le vendemmie si sono anticipate rispetto alla fine del ‘900: i grappoli in Ticino giungono generalmente a maturazione verso la fine di settembre e si presentano con acini medi, sferici, dalla buccia colore blu-nero. Le uve vinificate danno un vino dal colore rosso rubino intenso e vivace, con un corpo equilibrato e di spiccato carattere. In funzione del terroir di provenienza e dalla metodologia di vinificazione, il Merlot può accompagnare perfettamente primi piatti con salse ricche e saporite, carni rosse alla griglia, arrostiti o brasati, la selvaggina da pelo e gli ottimi formaggi prodotti sui numerosi alpeggi presenti sulle montagne ticinesi. Si presta bene alla maturazione in piccole botti di rovere e a un discreto invecchiamento.

Va servito a una temperatura di 16°-18° C, in ampi calici. Il Ticino presenta due tipologie distinte di terreni, che corrispondono geograficamente al Sopraceneri e al Sottoceneri, e che caratterizzano pertanto i vini prodotti. Vi si coltivano, in ordine di importanza, i seguenti vitigni: Merlot (82%), Cabernet Franc e Sauvignon, Gamaret, Bondola e Pinot Nero. Solo l’8% è rappresentato da vitigno a buccia bianca, fra i quali spiccano lo Chardonnay e il Sauvignon Bianco. Nonostante questa piccola superficie, il Ticino produce una ragguardevole quantità di vino bianco grazie alla vinificazione “in bianco” del Merlot. Questa produzione dà origine a dei vini particolarmente piacevoli e di notevole delicatezza. Dal 1997 il Merlot del Ticino ha ottenuto la DOC, la denominazione di origine controllata, riconoscimento alla produzione e alla qualità.

Nella foto grappolo di Sangiovese, icona degli autoctoni dell'Italia Centrale