

"COLLIO": un grande uvaggio (bianco) in più e qualche vitigno in meno



a cura di Claudio Fabbro

Trent'anni fa era anche "Collio". Nel 2000 sarà solo "Collio". Ci spieghiamo: la riscossa dei vini bianchi è cominciata (vi ricordate i "Superwhites" che Slow Food porterà nella primavera 2000 a New York?) e la zona collinare goriziana vuole esserne la prima protagonista.

Perché qui, in fatto di vini bianchi, la storia è lunga, affonda nel passato imperiale che già aveva disseminato questi splendidi rilievi di tante varietà pregiate, tanto che oggi la loro produzione è largamente predominante sul totale. E i successi erano arrivati e si sono consolidati, grazie anche al fatto di essere partiti primi in regione: la D.O.C. risale al 1968 e il Consorzio di Tutela era nato addirittura quattro anni prima.

E se c'è stato un "motore" in tutto questo progresso - che oggi significa 1530 ettari di vigneto specializzato e 60mila et-

tolitri annui di prodotti da 400 viticoltori (di cui oltre metà associati al Consorzio) - questo si chiama Douglas Attems, che solo di recente ha lasciato il testimone a Marco Felluga. E il successore ha capito che la situazione trovata tra le mani non era più quella vissuta dal Conte di Lucinico, che il mercato è cambiato, che le esigenze sono diverse, che i vini bianchi sono sempre più contrastati dai rossi, in seguito anche ad una martellante campagna che attribuisce loro proprietà medicamentose non trascurabili (pensiamo al "resveratrolo" e al cosiddetto "paradosso francese": tutti sani bevendo Bordeaux pur mangiando grasso).

Ma non è vero che solo i "rossi" fanno "bene" alla salute.

Al convegno, organizzato dal Consorzio Collio nell'Auditorium di Gorizia, il clinico farmacologo Aldo Bertelli ha riferito che anche i "bianchi" posseggono interessanti proprietà "ben documentabili", soltanto che nessuno se ne è occupato, mentre per i rossi ci sono state tante sponsorizzazioni.



Quindi, pur non conoscendo ancora il parere del medico illustre, Marco Felluga è partito con decisione elaborando un "Progetto Collio" che, nella sua filosofia, vuole il rilancio dei grandi "vini bianchi": ecco il tema del convegno, vivacizzato da Sandro Yannucci, familiare a tutti dai tempi del suo televisivo "Linea Verde" e supportato dalla consulenza di due fra i migliori nomi del settore, i professori Rocco Di Stefano e Attilio Scienza.

Felluga parte da una constatazione fondamentale: 19 vini tutelati sono troppi, otto in più addirittura di quelli del '68. Per cui è ora di ricercare nuove strategie per la collina dove "la viticoltura non è un costo per la comunità, ma anzi crea reddito ed occupazione". E, allora, ecco il nocciolo della questione: "E' impensabile continuare così. Bisogna decisamente puntare sulla produzione di un uvaggio bianco che sarà chiamato "Collio" soltanto e "Collio dovrà diventare sinonimo di un vino "bianco di qualità".

Un'esaltazione, insomma, delle origini, valorizzando e diffondendo quel vino, il Collio, che dall'inizio - mix di "Tocai friulano", "Ribolla gialla" e "Malvasia istriana" - è stato codificato dal primo disciplinare. Creare dunque un grande bianco - attraverso un uvaggio le cui proporzioni saranno determinate dalle aziende - ancorandolo soltanto alla sua zona geografica: "Collio", appunto.

Non poteva ascoltare musica migliore Luigi Veronelli, appena tornato da Catania dove aveva perorato la causa dei "prodotti tipici italiani" contraddistinti



dalla loro "identità geografica" al fine di difendere economia e lavoro.

"Conosco il "Collio" - dice - metro per metro, ma qui è mancato il "criterio del Cru". Il nome del vitigno deve sparire: il "Collio" ha solo bisogno di comprendere che solo la sottolineatura marcata della zona è la carta vincente. In altre parole "specificare la terra" per contrastare la globalizzazione che sta livellando tutto. Bisognerà puntare maggiormente sull'immagine - quello che finora, troppi vignaioli frammentati ed egoisti, non



avevano saputo fare - ha osservato Giovanni Longo, leader degli Enotecari italiani riuniti in "Vinarius", il quale ha criticato anche la politica dei prezzi, ritenuti troppo elevati "guardando altresì a originali mezzi promozionali (addirittura le riviste di computer)!"

"La comunicazione - ha osservato Riccardo Ricci Cubastro, Presidente di FEDERDOC - non può essere riservata solo a chi il vino lo conosce già". E poi, il messaggio incoraggiante del ristoratore: "Negli abbonamenti non esistono limiti vincolanti - ha detto Antonio Santini - va considerata la struttura del piatto e del vino". Come dire: basta con lo stereotipo "vini bianchi-pesce". Insomma, il seme è stato gettato.

L'importante è che ora il terreno sia coltivato opportunamente. I viticoltori di queste terre bagnate dall'Isonzo e dallo Judrio lo sanno fare e sicuramente vinceranno anche questa battaglia, combattuta dietro la loro grande bandiera "Collio".

