

**IL PASAGGIO DEL VINO COME ESPRESSIONE DELLA
TRASVERSALITA' CULTURALE**

**THE LANDSCAPE OF WINE AS AN EXPRESSION OF CULTURAL
TRANSVERSALITY**

Lucilia Gregori

Department of Earth Sciences, University of Perugia, Italy
Piazza Università 1, 06123 Perugia, ITALY
lucilia@unipg.it

RIASSUNTO

Il mondo del vino si è accorto che per la sua comprensione, valorizzazione e promozione è fondamentale conoscere le ragioni geologiche del vino, valutare il suo impatto sul paesaggio e acquisire il suo valore emozionale. Si aprono, pertanto, nuovi orientamenti culturali nella gestione enologico-enografica dei luoghi del vino: geologia e vino, geografia emozionale, il paesaggio d'arte nelle aree DOC/DOCG, il ruolo geologico nell'etichetta, ecc. sono i valori aggiunti al *terroir* nella conoscenza e comunicazione del vino. Il paesaggio del vino è un paesaggio emozionale che racconta la storia geologica dei luoghi alla base delle caratteristiche organolettiche dei vini ed espressione di quel paesaggio geologico del passato che oggi è invisibile, ma il cui ruolo è stato fondamentale per l'evoluzione di un determinato *terroir*.

Nel Grand Tour dell'800, inoltre, il Viaggio in Italia di Goethe è un percorso letterario ed artistico attraverso anche i paesaggi del vino che diventano il filo conduttore nella narrazione dei luoghi.

Tutto questo rientra in quella trasversalità culturale che vede coinvolti scienziati, pittori, poeti, scrittori, ecc. in un ambito disciplinare, solo apparentemente di settore, ma assolutamente condivisibile e proprio per questo di grande impatto culturale.

Il *terroir*, quindi, va oltre le sue usuali definizioni tecniche, e coinvolge ambiti disciplinari diversi per una sua acquisizione e visione sempre più ampia e integrata.

PAROLE CHIAVE

Geomorfologia, paesaggio, *terroir*

ABSTRACT

The world of wine has come to realize that for its understanding, appreciation and promotion is it crucial to foster knowledge on the "geological reasons" of wine, to evaluate its impact on the landscape, and to acquire its emotional value. The roads of wine cannot be divorced from the geological and geo-morphological features of the terroirs within the DOC/DOCG areas, from the local cultural values and local traditions, from the emotions of the places, and from a variety of elements and parameters that can reach far from the vineyard the cellars. Thus, new cultural trends open up for the enologic and oenographic management of wine sites: the geology and wine, the emotional geography, the Fine Arts landscape of the DOC/DOCG areas, the geological information of the label, etc., are all added values to the *terroir* that pave the way to new scenarios for the knowledge and communication of wine. The landscape of wine is an expression of the past geological landscape, which is invisible today but played a fundamental role in the evolution of a given *terroir*. The wine landscape is an emotional landscape that tells the geological history

underlying the characteristic organoleptic features of the wines; it is a specific and characteristic environmental scenario that is appreciated by the “geological reasons” of wine and by new compelling contents. In the 1800’s Grand Tour, for example, Goethe’s trip to Italy is a literary and artistic path that winds not only through the natural and monumental landscapes of the peninsula, but also through the landscapes of wine, associated to that historic moment of Italy as a thread in the narrative of places. All of the above fits a cultural transversality that spans scientists, painters, poets, writers, etc., in a disciplinary context that is only apparently sectorial, and that can be rather shared very successfully, achieving an extensive cultural impact. The terroir, thus, goes beyond its usual technical definition and involves various disciplinary areas contributing to its acquisition and to an increasingly broad and integrated vision.

KEYWORD

Geomorphology, landscape, terroir

I PAESAGGI DEL VINO

In genere i vini di pregio, e non solo italiani, non hanno bisogno di presentazione poiché dotati di grande spessore viticolo, spesso di ruolo internazionale. A monte della bottiglia esiste la tradizionale attenzione al mondo enologico e la storica esperienza nel settore che si pratica con successo in più parti d’Italia.

In questo contesto però, si pone una maggiore attenzione al concetto ed al valore del *terroir* di cui il vino è espressione geologica e quindi al quel *valore geologico del vino* che andrebbe ulteriormente ufficializzato e che costituisce una importante presa di coscienza del territorio. L’acquisizione dell’enografia dei luoghi consente di percepire, così, il substrato geologico che è la vera “ragione” del vino. La variabilità enologica, pertanto, all’interno di aree DOC/DOCG è affidata alle diverse caratteristiche del substrato.

Il modellato superficiale, le ampie vallate ingombre di sedimenti, i depositi pedemontani ed i fenomeni di alterazione sono le variabili in gioco e la memoria della terra dei vini che viene trasmessa a chi, animato di una nuova disponibilità culturale, sappia coglierla.

I territori vitati (Fig.1) insistono in aree condizionate, quasi sempre, dalle vicende tettoniche che si



Fig.1 - Il panorama vitato nella DOC del Prosecco Conegliano-Valdobbiadene, è uno straordinario paesaggio, di assoluta connotazione enologica (foto L.Gregori).

sono succedute nel tempo, influenzando attraverso la complessità litologica, l’estrema variabilità e pregio dell’enografia dei luoghi.

L’approccio geologico al mondo del vino è una nuova risorsa culturale e, pertanto il substrato geologico nella comunicazione del *terroir* dovrebbe, in qualche modo, rivendicare questo ruolo assolutamente non secondario.

Quando dal 2004, è iniziata la personale esperienza del convegno “*I paesaggi del vino*” in Umbria,

dopo l’approccio al vino tramite un corso da Sommelier, forse non c’era la piena consapevolezza del ruolo che tale evento avrebbe avuto in quest’ambito culturale e/o culturale e quanto avrebbe contribuito a suscitare curiosità e attenzione per la “Geologia del vino”.

Il vino con tutto il suo *entourage*, attualmente è un *business* e rappresenta una realtà di grande valore: economia e cultura sono due aspetti fortemente legati, e l'uno è "valore e volano" dell'altro. Il risultato economico deriva, infatti, da un serio ed eccellente impegno culturale che però, senza il supporto culturale, è un po' orfano di tutta una serie di contenuti che, sempre più, faranno la differenza nell'offerta e nella comunicazione del vino.

Vino e paesaggio, vino e leggenda, vino ed arte, vino e musica,... formulano insoliti "abbinamenti", in alcuni casi ormai consolidati, talora nuovi o azzardati, ma assolutamente da sperimentare. In tutte queste relazioni, tuttavia, spesso però sfugge il valore fondamentale per la comprensione del vino che è rappresentato dal suo *terroir*; dal substrato, dal suolo e dalla conoscenza dei suoi caratteri: Geologia e Vino.

GEOLOGIA : VALORE AGGIUNTO ALL'ACQUISIZIONE DEL VINO

I produttori, i vignaioli, gli addetti al settore enologico, in genere sono in stretto rapporto con le vigne, le cantine, i laboratori d'analisi, le catene d'imbottigliamento, il *marketing* e via via fino al prodotto finale, lungo la filiera del vino che arriva fino alla bottiglia. Il vino, infatti, si propone al consumatore nella bottiglia che, confezionata con il suo *habillage*, versa nell'ampio *baloon* o nel *flute* un profumato fluido rosso o bianco. Chi mesce e chi degusta, chi commenta il vino o lo descrive però, non sempre si ricorda del vero ed esclusivo regista che, pur inconsapevole, ha organizzato tutto e da tempo, per quel risultato: il terreno, con la sua storia geologica ed evoluzione paleogeografica, secondo dinamiche sconosciute alla maggior parte degli utenti del vino, ma senza le quali quel vino non avrebbe la sua particolare identità e personalità.

Si parla, spesso e diffusamente di *terroir*; ed anche con competenza (Costantini *et alii*, 2008), si lavora con efficienza alla sua cura e manutenzione affinché dia il meglio di sé, ma il suolo, argilloso o *humico*, che sporca le mani e le scarpe in vigna, non sempre viene sufficientemente considerato o trasmesso nel suo potenziale e nelle sue specifiche, vicende geologiche. Le pianure alluvionali ed i depositi pedemontani e/o conoidali, le aree lacustri, le paleo-coste marine, evidenza di scenari geologico-geomorfologici, oggi scomparsi, rappresentano le realtà ambientali del passato, modificatesi nel tempo, tanto da non lasciarne memoria fisica se non nel terreno e quindi nel *terroir* che racconta gli scorsi eventi naturali, anche attraverso il vino. In definitiva, nell'ambientazione morfologica e litologica, sono stati decisi i destini e le caratteristiche dei vini.

Terroir è un termine importante che appaga la linguistica degli addetti ai lavori, ma in definitiva è il prodotto finale di una storia geologica, cronologicamente anche molto lontana, e di cui raramente si ha informazione. Questa storia difficile da riconoscere, interessante da trasmettere, è di grande suggestione e peso anche nella fortuna commerciale del vino.

I *terroirs* delle diverse aree DOC/DOCG (AA.VV., 2002) comprendono una complessa serie di elementi e componenti che hanno permesso l'evoluzione di vini diversi, perché diverso è il clima, perché sicuramente diverso il vitigno, portatore di un patrimonio genetico univoco, ma soprattutto diverso è il *terroir*, il terreno e le vicende che lo hanno originato e che sono la "ragione" dei vini.

La definizione geografica delle aree DOC o DOCG non è pertanto, solo mera definizione cartografica dei disciplinari, ma in realtà porta con sé una memoria geologica che non può essere appannaggio solo dell'ambito accademico o scientifico, ma che deve essere fruita da chiunque si avvicini al mondo del vino. Solo così, si riuscirà a contestualizzare il vino ed il *terroir* all'interno del suo ambiente, del suo territorio che ogni volta è diverso. I vini dell'Umbria, per esempio, trovano la loro collocazione lungo le fasce pedemontane, gli ampi conoidi coalescenti alla base dei versanti calcarei (Gregori, 2008a), lungo le superfici terrazzate, le sinuose anse dei tracciati a meandri del Tevere o lungo le superfici abbandonate da antichi mari (Città della Pieve) o laghi (Val

di Chiana, ex-Lago Tiberino o Bastardo). Questi scenari relitti possono essere raccontati e, con sorpresa, evocati e colti anche nella degustazione dei vini.

Il *terroir*, inoltre, detta legge e talora supera i limiti amministrativi perseguendo un'univocità litologico-territoriale e quindi enologica. I vini dei suoli vulcanici, per esempio, sono assolutamente trasversali ed ereditano la memoria di tali eventi e processi morfologici, ovunque si trovino (DOC interregionale Orvieto).

Esiste ed è percepibile la differenza tra i vini delle aree pedemontane ed i vini morenici del Nord o quelli delle pendici vulcaniche del Sud, secondo variabilità imposte dalla tipologia dei vitigni, dalle condizioni climatiche o dalla configurazione morfologica. La regia dei vini è tuttavia affidata al *bed-rock* e all'evoluzione paleo-geografica locale, che ha dato il *ciack* allo *spettacolo del vino*.

“CONTESTUALIZZARE” IL VINO: COMUNICAZIONE E MARKETING

Si può comunicare il vino attraverso anche percorsi geo-eno-turistici, che raccontino ed integrino conoscenze e discipline apparentemente distanti che, condivise con un'utenza sempre più motivata ed ampia culturalmente, possono attivare anche un indotto economico-culturale di grande rilievo. La parola d'ordine dovrebbe essere “*Contestualizzazione del vino*” attraverso un approccio disciplinare che, lungi da essere accademico, dia valore ai vini ed ai loro luoghi. La comunicazione del passato geologico del vino è risorsa spendibile sul piano dell'offerta culturale e della promozione del vino. La “*filiere culturale del vino*” (Gregori, 2007b) è, infatti, tutta la sequenza di processi a partire dall'evoluzione tettonico-morfologica di una zona fino alla vigna, costituendo quell'originale e sconosciuto bagaglio culturale che entra di diritto nel *marketing del vino* (Scanzi, 2007).

Un altro degli aspetti che potrebbe essere strumento e veicolo delle informazioni relative al *curriculum* geologico del vino è rappresentato, nelle bottiglie, dall'Etichetta e dalla Controetichetta (Gregori, 2008b). L'etichetta all'interno dell'*habillage* del vino dovrebbe permettere di relazionare il vino al suo territorio e *terroir*. Un vino di pregio, famoso o costoso oltre all'indubbia qualità dovrebbe raccontare il vino, prima della sua degustazione, attraverso l'etichetta ed in particolare con la controetichetta. Questo vuoto culturale va colmato poiché l'etichetta è il biglietto da visita del vino, ne rappresenta il personale *curriculum* e la narrazione dei luoghi del vino attrae e soddisfa la curiosità di coloro che entrino in un'enoteca.

Il dubbio di annoiare o non interessare l'osservatore con dati troppo scientifici, è fugato dalla sempre maggior richiesta di contenuti culturali nel turismo ed anche in quello del vino. Le strade dei vini si arricchiscono ed incrementerebbero interesse se, nella talora variegata, ma nel complesso anonima sequenza delle bottiglie, dalle colorate o fantasiose etichette, emergesse un messaggio accattivante, in grado di calar il vino nel suo territorio. La controetichetta, inoltre, dovrebbe dare informazioni semplici ma immediate della storia antropica e geologica dei luoghi. Non occorrono dissertazioni scientifiche, anzi forse la difficoltà maggiore è appunto dare informazioni, in un linguaggio ampiamente condivisibile (Fig.2): non troppo banale né troppo di

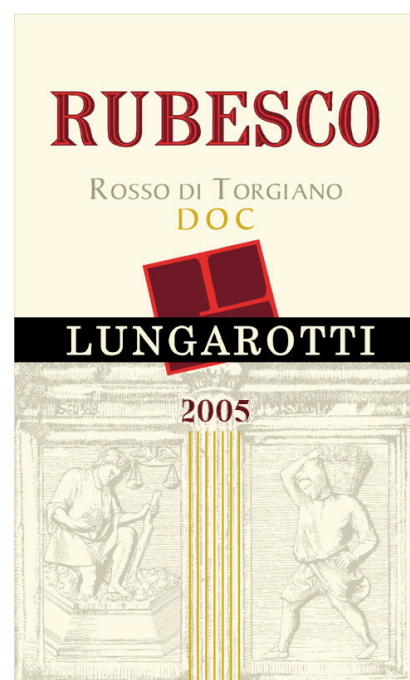


Fig. 2 - Le scene di vendemmia delle formelle marmoree, scolpite da Nicola e Giovanni Pisano (1275-1278) nella Fontana Maggiore di Perugia, nell'etichetta di un noto rosso umbro: mezzo non tradizionale, ma efficace, di comunicazione enologica. www.lungarotti.it

settore. Chi degusta un vino, specialmente se di pregio, proverà senza dubbio l'emozione del sapore e della memoria dei luoghi che esso evoca.

L'antico mare pliocenico di Montalcino, per esempio, i cui depositi hanno recentemente restituito il fossile di un cetaceo (riferito a qualche milione di anni or sono) evoca un mare, oggi non riconoscibile, intangibile nelle colline toscane (Gregori, 2007a): mentre si degusta, immaginare gli ambienti del passato ed i processi che hanno modellato il paesaggio e fatto evolvere il *terroir* di quel vino, è notizia scientificamente interessante, culturalmente intrigante ed economicamente spendibile. Fare cultura del vino vuol dire anche ripercorrere itinerari geo-eno-turistici facendo propri i valori culturali del territorio. Nelle DOC dell'Umbria, per esempio, gli itinerari del Perugino e del Pinturicchio ben si coniugano con le strade vino, attraverso l'osservazione di quei paesaggi, che sono stati panorama per gli affreschi degli artisti del '500 e poi *terroirs* particolarmente vocati.

Le opere d'arte, infatti, raccontano visivamente, molto più di quanto ci si aspetti, il vino: la tavola apparecchiata di sontuosi o modesti banchetti ambientati in epoche o contesti sociali diversi (*Il pranzo di nozze* di Brugel, ecc.), mettono in primo piano grappoli d'uva (*Bacco* del Caravaggio), preziosi bicchieri (*Il convito in casa di Levi* del Veronese), paesaggi vitati, ecc.

Si aprono, pertanto, nuovi orientamenti culturali nella gestione enologico-enografica dei luoghi del vino: geologia e vino, geografia emozionale, il paesaggio d'arte nelle aree DOC/DOCG, il ruolo dell'etichetta, ecc. sono i valori aggiunti al *terroir*, nella conoscenza e comunicazione del vino.

Il mondo degli addetti ai lavori del settore, quello dei *Sommeliers* e quello della commercializzazione, spesso, sono ambienti culturali separati, dove le diverse competenze disciplinari o finalità cui mirano, spesso hanno elevato barriere concettuali, che non giovano alla comunicazione del prodotto.

Comunicare, quindi, il vino in sinergia e con *mezzi tangibili* che sono quelli fisici o consolidati come quelli del paesaggio vitato, delle cantine, delle degustazioni; ma anche attraverso *mezzi intangibili* dettati dagli scenari paleogeografici del passato, che hanno permesso l'evoluzione di specifici litotipi e morfotipi, variabili basilari, per futuri e talora esclusivi *terroirs*.

La musica, inoltre, permette, attraverso *concerti eno-musicali*, un raffinato abbinamento tra emozione musicale e vino, completando ed esaltandone i caratteri. I concerti de "I paesaggi del vino" a Perugia, sono stata espressione della suggestione che si prova nella degustazione delle bollicine di un prosecco che accompagnano un "frizzante" brano di Mozart, un rosso strutturato sulla musica di Bernstein o un dolce muffato sulle note di *Summertime* di Gershwin. L'insolita degustazione trasmette la *memoria della terra*, ma l'evento stesso armonizzato dal sommelier e dal geologo diventa per i partecipanti *memoria di geografia emozionale* che si stempera nelle caratteristiche organolettiche dei vini.

Le aree DOC, aree geografiche avvalorate dalla coltura e/o cultura del vino e dalla geologia dei vini, diventano quindi anche espressione della Geografia Emozionale (Gregori, 2007a). Le emozioni, che vengono trasmesse dai luoghi e dalle emergenze ambientali relative (Fig. 3), possono



Fig. 3 - Riferimenti enologici nel tessuto urbano: tralci di vite scolpiti nelle decorazioni del portale del Palazzo dei Priori a Perugia (foto L. Gregori).

essere rappresentate anche da dettagli enologici nei beni architettonici, anch'essi litologicamente dipendenti dal substrato locale (Gregori, 2009). Nelle aree DOC/DOCG s'innescano un indotto

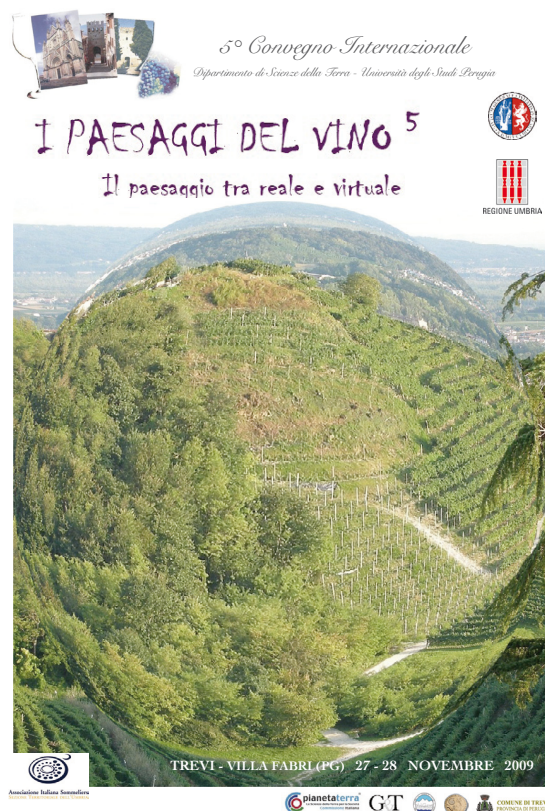


Fig. 4– Il convegno “I paesaggi del vino” è uno degli strumenti idonei per la comprensione e divulgazione di contenuti geo-enologico-enografici (foto L.Gregori).

turistico che dà luogo al *turismo del vino* che però non si dovrebbe esaurire in una visita in vigna o cantina con degustazione, ma dovrebbe promuovere il vino attraverso la conoscenza più profonda del *terroir* e in definitiva dell'evoluzione geologica dei luoghi. L'informazione geologica dei *terroirs*, tuttavia, non “passa” ancora sufficientemente nella comunicazione del vino (Fig. 4).

IL GRAND TOUR: UN PERCORSO GEO-ENO-TURISTICO NEL 1800

Nel Grand Tour, il *Viaggio in Italia* di J. W. Goethe (1786-1788) è stato un percorso letterario ed artistico che si snodava attraverso i paesaggi naturalistici e monumentali della penisola, ma anche attraverso i paesaggi del vino, riconoscibili in quel momento storico in Italia e che sono diventati un *file-rouge* nella narrazione dei luoghi. I paesaggi del Grand Tour dell'800, riproposti in chiave scientificamente moderna (Coratza & Panizza, 2009) sono portatori di contenuti significativi anche sotto il profilo enologico-enografico. Goethe, infatti, presta particolare attenzione al paesaggio naturale, ma anche a quello agrario e

viticolo e quando entra in Italia (Gregori, 2008), appena superata la frontiera, la sua attenzione viene catturata nella valle del F. Adige, dai paesaggi vitati che nella narrazione diventano, ogni volta, un *marker* identificativo di un ambiente geografico, delle tradizioni, ecc. Si colgono così caratteri ambientali di natura geologica e pedologica, pratiche e tipologie agrarie dell'epoca, secondo un approccio particolarmente avveniristico al paesaggio, diverso da quello convenzionalmente praticato a quei tempi. Questo insolito abbinamento culturale testimonia quanto possa essere sinergico il coinvolgimento culturale del vino.

CONCLUSIONI

Il mondo complesso e accattivante del vino presenta molte sfaccettature, tutte diverse e facenti capo a competenze e discipline anche distanti, ma tutte designate a dettagliare un particolare aspetto che ha un suo peso nell'evoluzione viticola dei luoghi e nel rispetto dell'assoluta *trasversalità culturale e disciplinare*.

I paesaggi del vino raccontano le caratteristiche geologico-geomorfologiche dei loro territori (Gregori, 2008a) ed il “*terroir*” si amplia e si dilata in un'accezione forse non del tutto scientifica, ma che comprende tutti gli elementi e componenti tangibili e non, fisici o emozionali che un *territorio* ha in sé e che possono essere comunicati, ad un assaggiatore attento, dal vino che ruota nel bicchiere...

BIBLIOGRAFIA

- AA.VV., 2002. Il vino Italiano. Panorama viticolo attraverso la denominazione di origine. AIS, Bertani & C. Industria Grafica Cavriago (RE), 750pp.
- Coratza P. & Panizza M., 2009. - Rivisitazione geologica del viaggio di Goethe in Italia. *in* Conv. Naz. di G&T “Conoscenza e fruizione del patrimonio geologico in Italia”. Strumenti ed esperienze. Arenzano (GE), 29 – 30 maggio 2009.
- Costantini E.A.C., Barbetta R., L’Abate C., Budelli P., Pellegrini S., Storchi P., 2008. La cartografia dei terroirs della Provincia di Siena attraverso un approccio GIS climatico, geomorfologico, pedologico ed agronomico. *in* Atti 3° Conv. Internaz. “Paesaggi, terroirs e I paesaggi del vino”, 123-139, Nuova Prhomos Edit., Città di Castello, 978-88-902648-3-2.
- Gregori L., 2007a. La cartografia “emozionale” dei paesaggi del vino. *La cartografia*, n.4, Sett. 2007, 14-29, A. Bonomo Edit., Firenze.
- Gregori L., 2007b. Soft-Economy: il paesaggio del vino in Umbria come risorsa geoturistica. *Boll. Ass. Italiana di Cartografia* (0044-9733), 126-127-128, 2006, 171-187.
- Gregori L., 2008a. Nascita di un terroir. *in* Atti 3° Conv. Internaz. “Paesaggi, terroirs e I paesaggi del vino”, 179-195, Nuova Prhomos Editore, Città di Castello (PG), (978-88-902648-3-2).
- Gregori, L., 2008b. Etichetta e Controetichetta: geo-curriculum del vino. *Geoitalia*, n.23, 14-19 ISSN 1724-4285.
- Gregori L., 2008c. Paesaggio del vino e di Goethe in Umbria: esempio di trasversalità culturale. *IYPE Seminario: Il Viaggio di Goethe in Italia. Riflessioni geologiche e richiami enologici*. Casa di Goethe, Roma 15 Dicembre 2008.
- Gregori L., 2009. Le pietre raccontano... *La cartografia*, n.10, 22-47, A. Bonomo Edit., Firenze.
- Scanzi A., 2007. Elogio dell’invecchiamento. Collezione Strade Blu, Mondadori Edit., 314pp.