

Tra spinte di globalizzazione ed esigenze di identità, la risposta è puntare sulla differenza senza creare frammentazione. Il modello TerradeiForti, che ha saputo trovare e rendere riconoscibile la sua unicità grazie ai vitigni Enantio e Casetta

di Elisabetta Tosi

DOLCÈ (VR). "L'epoca dei processi imitativi è finita. Credo che l'agricoltura italiana seguirà linee diversificate a seconda del territorio, dei prodotti, del tipo di economia. Non tutti possono fare le stesse cose, non si sta in un solo modo sul mercato. È vero che siamo strutturalmente più fragili, ma abbiamo anche una maggiore possibilità di diversificazione". Così il sottosegretario del Mipaaf Guido Tampieri a proposito del futuro dell'agricoltura italiana. Intervenedo al convegno "Autoctono, biodiversità, programmazione e qualità territoriale: il modello TerradeiForti", organizzato presso la Cantina Albino Armani dal locale Consorzio di tutela, Tampieri ha insistito sul tema della biodiversità: "La prima biodiversità da preservare è quella culturale: siamo noi che facciamo la differenza. Da un punto di vista economico sono in atto processi di omologazione; la globalizzazione crea un grande fiume, e se noi siamo al centro del fiume con la nostra fragilità rischiamo di essere travolti. Dal punto di vista commerciale però - ha aggiunto Tampieri - si notano delle tendenze contrarie: esistono cioè nuove domande, e si avverte un forte bisogno di identità, di ancoraggio a punti di riferimento precisi, non per star fuori dalla globalizzazione, ma per fornirle delle sponde".

Marchio Italia. Quella dei prossimi anni perciò dovrà essere una vitivinicoltura polifonica: un insieme armonico di aziende che sbarcano nei mercati più lontani grazie alla loro capacità di unire gli sforzi anche da un punto di vista pratico e logistico: "La diversità diventa ricchezza se siamo in grado di fare sintesi in un sistema - ha concluso Tampieri -. Inutile fare uffici di rappresentanza della Lombardia o dell'Emilia Romagna a Shanghai: si tratta solo di uno spreco di risorse, perché Shanghai non sa nemmeno dov'è l'Emilia. Quello che dobbiamo fare è puntare sul marchio Italia; se la diversità diventa frammentazione è un dis-valore". Anche gli altri relatori del convegno si sono

soffermati su questa sorta di "orgoglio della differenza": "C'è un vantaggio a essere un territorio dimenticato: lo si conserva intatto più facilmente - ha detto Paolo Castelletti, presidente del Consorzio vini TerradeiForti -. Quello che noi oggi stiamo vivendo è un momento epocale, perché finalmente siamo protagonisti di qualcosa di nostro. In passato invece siamo sempre stati di supporto a qualcun altro. La più grande difficoltà di questo territorio diviso tra due regioni, Veneto e Trentino, era dargli un'identità. Oggi questo ci è permesso da Enantio e Casetta, i nostri vitigni originali e originari: la prossima vendemmia infatti sarà la prima a fregiarsi della Doc TerradeiForti".

Beni identitari. "L'unicità può diventare un bene di consumo, qualcosa che si può vendere", ha ribadito Gianfranco Caoduro, presidente della World biodiversity association, moderatore del convegno, mentre Ilaria Goio, docente del dipartimento di Economia dell'Università degli Studi di Trento, ha sostenuto che "una possibile risposta alla globalizzazione sono i beni identitari, ovvero elementi di un territorio che possiedono caratteristiche non condivise da altri territori concorrenti: la biodiversità è alla base proprio di questi beni".

Secondo Michela Vettori delle Relazioni territoriali dell'Istituto trentino di cultura - Fondazione Bruno Kessler, "conoscere le proprie radici, la storia dei fatti e le storie degli uomini e le vocazioni e i caratteri pedoclimatici, che presidono l'economia, è la nuova piattaforma su cui costruire le strategie del futuro. Riconoscere l'originalità, tra le espressioni autentiche del territorio, e riuscire a dar loro 'segnì' riconoscibili è il metodo vincente. Per questo i viticoltori della TerradeiForti si devono convincere che Enantio e Casetta possono costituire elementi d'identità territoriale, pur senza la presunzione di pensare che la panacea economica di questo territorio sia solo questa".