

## “Bollicine, un mondo tutto in divenire. Non è più possibile fare solo vino, le aziende devono acculturarsi e formarsi”. Parola ad Andrea Zanfi, mister Bubble’s

2 Aprile 2025



GROSSETO - “Questo è un lavoro che facciamo tutti, a cui non diamo importanza, non valutando mai come invece ti cambi dentro, ti fa scoprire chi sei e, contemporaneamente, ti faccia sentire parte di un insieme”. Pillole del nuovo libro di **Andrea Zanfi**, classe 1952, maremmano di temperamento e narratore del vino, che racconta di come i sogni lo abbiano spinto ad affrontare viaggi per sviluppare incontri e non solo con gli altri, ma anche con sé stessi consci che non si finisce mai di crescere.

Le immagini, fluttuanti, che anticipano il nuovo libro arrivano a margine dell'intervista di *Virtù Quotidiane* fatta con lo scrittore che traccia un'analisi dei tempi di crisi - globale - del vino partendo dalle cantine abruzzesi designate dal magazine *Bubble's Italia* (ideato ed editato dallo stesso Zanfi), come Ambasciatori del Brindisi Italiano 2024.

Un prestigioso riconoscimento nazionale figlio di un lavoro monstre durato quasi due anni. Così scopriamo che la cantina Collefrisio con il suo MC Brut Rosé Millesimato 2028 Le Cave della Guardiuccia, la cantina Cantina Coop. Citra con il suo MC Extra Brut Linea Fenaroli, la cantina Faraone con il suo Faraone MC Dosaggio Zero, l'azienda Vigna di More per il VSQ MCI Brut - Millesimato 2014 Il Santagiusta - saranno premiati a Bologna il 9 maggio in occasione del Festival Nazionale Spumantitalia dal panel di Bubble's on the road che ha viaggiato per oltre 30.000 Km in Italia per capire lo stato dell'arte della spumantistica italiana; tour durato un anno e mezzo che ha attraversato 15 regioni (la classifica completa sul sito [www.italiangoodliving.it](http://www.italiangoodliving.it)).

## **Dottor Zanfi, un Giro d'Italia effervescente molto più di una semplice graduatoria.**

Un esercizio non da poco, un viaggio fantastico durante il quale abbiamo aperto scrigni già conosciuti, che hanno confermato la loro preziosità, mentre altri si sono rivelati vuoti: tra eccellenze e mediocri tentativi, pessime bollicine e stupendi outsider usciti dal nulla, ci siamo ritrovati nei bicchieri grandi prodotti, novità assolute, criticità e opportunità ancora inespresse di un'Italia che ci stupisce sempre. Mesi durante i quali abbiamo degustato 1.560 etichette, nelle quali abbiamo scoperto primizie un po' acerbe, ma interessanti e vogliose di ricercare la propria identità, prodotte indifferentemente con il Metodo Classico o con il Metodo Italiano, alla cui base hanno, per oltre il 70%, frutti di vitigni autoctoni che ritengo siano l'essenza di quella unicità che la spumantistica italiana va cercando da tempo.

## **Nella speciale classifica di Bubble's l'Abruzzo è presente con 4 realtà vitivinicole, il risultato più modesto dopo l'Umbria (1 cantina). Se l'aspettava?**

L'Abruzzo è una regione che nell'ambito spumantistico si sta muovendo molto lentamente, con una produzione in progress che alla distanza si dimostrerà interessante, molto di più di quanto dicono i numeri, figli di una pigrizia culturale delle aziende restie persino a mandare i campioni. Quando nel 2019 detti vita alla prima edizione del Festival Nazionale Spumantitalia a Pescara, le istituzioni abruzzesi ottimisticamente sembravano essere proiettate a uno sviluppo del comparto; interesse che negli anni si è affievolito fino ad arrivare quasi a scemare nel nulla, preferendo una produzione enologica che ritenevano avesse più bisogno di aiuti. A posteriori si potrebbe asserire che è stata una forma di cecità, ma sarebbe facile ragionare con il senno del poi. Sta di fatto che da altre parti l'imprenditoria vitivinicola si è mossa meglio e ha saputo coinvolgere meglio le istituzioni che, tirate per la giacchetta, hanno dato il loro obolo contributivo al comparto spumantistico. In Abruzzo forse è mancata di più la parte imprenditoriale che quella pubblica, che scevra da competenze specifiche ha legato l'asino dove volevano le aziende, lasciando la "bolla" alle sporadiche azioni dei singoli. Le aziende continuano a puntare evidentemente su ciò che gli è più facile che sentano più

nelle loro corde. Sebbene i consorzi abruzzesi abbiano palesato un minimo interesse nei confronti delle bollicine, a conti fatti le aziende locali investono piuttosto sui vini fermi rivolgendosi a un mercato in forte contrazione, e anche il nuovo progetto territoriale Trabocco Abruzzo Do che ho visto nascere nel lontano 2017, va a rilento, ed è un peccato mortale, direi.

## **Al netto dei dazi in arrivo, finora gli spumanti hanno trainato il successo del vino italiano all'estero.**

Si parla molto di riduzione dei consumi, la crisi del vino rosso è impressionante eppure vedo che il Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo investe molto sulla valorizzazione dei rossi e ultimamente sul Cerasuolo. Fa bene perché il consorzio è lo specchio della volontà delle cantine quindi non potrei dire nulla se non bravi. Ma non c'è conformità tra quello che chiede il mercato e quello che offrono le aziende. Del resto oggi davanti a un mercato "liquido" tutto è difficile, anche pensare di puntare sul mercato nazionale potrebbe risultare una previsione sbagliata.

## **Dire perlage di uve tipiche tradizionali quali Pecorino, Passerina, Montonico, Montepulciano d'Abruzzo è un item che funziona?**

Le bollicine di per sé sdoganano un po' il concetto di vitigno autoctono. Personalmente punto molto su questa idea, su quel frutto nel bicchiere che ci regalano i vitigni autoctoni, convinto come sono che in essi ci sia il futuro della spumantistica nazionale. Certe scelte, alla lunga, porteranno vantaggi a tutto il sistema e non solo alle aziende che hanno investito anni e anni nella sperimentazione. La varietà ampelografica che abbiamo in Italia non esiste da nessun'altra parte del mondo e se questo lo abbiniamo al fatto che molti nostri vitigni sono vocati alla spumantizzazione il nostro divenire non può che essere entusiasmante.

## **Più che sotto attacco si direbbe che il mondo del vino è in trasformazione globale?**

Il problema fondamentale, come ripeto da ben tre anni anticipando l'attuale momento nel mio libro *Essenze, leggende e storie. L'anno zero del vino italiano* è che ci dovrebbe essere - uso il condizionale - una trasformazione da parte delle aziende rendendosi capaci a rimodulare il loro rapporto con il vino decidendo se considerarlo solo "prodotto" o "prodotto servizi" personalizzando la comunicazione e differenziando i mercati. Un discorso di trasformazione che richiede un passaggio da bruco a farfalla non facile direi. Tutto questo deve essere rimodulato con la conoscenza di un nuovo linguaggio transgenerazionale in cui vi sia trasparenza, etica tra quel che si dice e ciò che si pratica. Manca la capacità di ascolto del mercato, la capacità di analizzare chi abbiamo davanti e il livello culturale con il quale ci

dobbiamo confrontare quando raccontiamo chi siamo. È ora di raccontare il vino in modo totalmente diverso rispetto a quello che oggi fanno le aziende, che raccontano la storiellina, uno storytelling obsoleto e soffocante di cui non frega niente a nessuno.

## **Nel vino del futuro la differenza la farà la comunicazione?**

Credo che l'unico sistema che hanno le aziende è imparare a comunicare a più livelli non fidandosi di uffici stampa astemi o di blogger in gonna e tacchi a spillo che non hanno mai visto una vite. La Generazione Z ha bisogno di sognare, è famelica di sapere cosa sia la vita e non la vite. Il discorso sarebbe lungo, di certo abbiamo davanti a noi un mondo del vino "vecchio" gestito da persone vecchie che parlano a gente vecchia. Quando vado a convegni o conferenze mi trovo davanti una pletora di persone anziane come me. Non ci sono più giovani ricercatori, studiosi; i corsi di laurea convogliano i giovani verso altri indirizzi scientifici, quelli che riguardano i sistemi agronomico vitivinicolo botanico non pagano. Si studia marketing ma non si approfondisce l'uso della lingua italiana, il lessico, i sistemi e i ritmi del linguaggio. Un discorso complesso, che le aziende devono affrontare e se il caso tornare a "scuola" mettendosi in discussione. Non è più possibile fare soltanto vino.

## **Qual è il nuovo linguaggio del vino?**

Quello che non parla di vino. È un linguaggio più articolato fatto di antropologia, ricerca, storie, umanità, letteratura, arte, design. Tutto serve. Il vino ha un valore che va oltre il grappolo d'uva, oltre una vendemmia verde, i tank o le barrique in cantina, i tannini o la malolattica o il colore, i gradi o gli zuccheri... Bisogna capire chi abbiamo davanti prima di parlare, qual è il loro livello culturale per non sciupare parole.

## **È questo lo stesso criterio adottato dal vostro panel nello stilare la classifica degli Ambasciatori del Brindisi Italiano?**

All'incirca. Dove è stato possibile abbiamo adattato il nostro linguaggio a chi avevamo davanti. Si è cercato di mettere insieme la conoscenza del prodotto enologico che stavamo degustando con la conoscenza dell'azienda e del vignaiolo. Consapevolmente, abbiamo eliminato i grandi brand delle bollicine italiane, nascoste da troppe impalcature culturali. Personalmente non ho più voglia di fare domande in carta da bollo ai consorzi altezzosi per assaggiare il loro vino. Preferisco la vignaiola abruzzese che fa 3mila bottiglie di bollicina in un posto dove mai nessuno prima, almeno negli ultimi 100 anni, ha fatto vino. Troppi teatri, troppi attori, troppi lustrini e patacche finte.

## **Tra gli Ambasciatori abruzzesi 2024 c'è anche una cantina cooperativa.**

Mi piace valorizzare il lavoro delle cantine cooperative. Il gruppo in questione è riuscito a salvaguardare un patrimonio culturale e antropologico del tessuto vitivinicolo abruzzese. Altrimenti dove andrebbe a conferire il piccolo coltivatore ultrasettantenne con un pezzetto di vigna? Perciò è giusto, quando c'è qualità, valorizzare i vini cooperativi.

## **Bubble's on the Road ad Abruzzo in Bolla, L'Aquila, 21-23 giugno 2025. Cosa succederà?**

Sarà una degustazione open, aperta agli addetti ai lavori, ma non solo, un modo nuovo per portare l'attenzione sul mondo delle bollicine. Abbiamo pensato a due momenti, il pomeriggio del sabato e la mattina di domenica. Chi verrà potrà degustare con noi una batteria di 4-5 bollicine avendo l'opportunità di intervenire, dall'altra parte ci saremo noi di Bubble's a raccontare le nostre impressioni su quei vini, e avanti a proseguire, confrontandoci su potenzialità e criticità delle bollicine abruzzesi, valutate per la prossima selezione di Ambasciatori del Brindisi Italiano del biennio (2025-2026), che presenteremo nel gennaio 2027.