



Rivoluzione Kerner. Perché il vitigno è un caso di successo per la cooperativa altoatesina con il 40% della produzione regionale

1 Agosto 2025 

CHIUSA – Da 5 ettari a 131 ettari nel giro di 30 anni in tutto l'Alto Adige e in 10 anni il raddoppio della superficie vitata solo per Cantina Valle Isarco. Questi i numeri che confermano il Kerner come nuovo simbolo della produzione viticola altoatesina. Un fenomeno di cui si parla sempre di più e su cui molti produttori puntano, cooperative comprese.

Al rilancio dell'incrocio nato negli anni Trenta tra Schiava Grossa e Riesling Renano, in tempi non sospetti ci ha pensato Cantina Valle Isarco che oggi, con i suoi 135 soci detiene circa 40 ettari vitati a Kerner dislocati su 11 comuni che vanno da Bolzano fino a Sud di Bressanone.

Circa 90mila bottiglie commercializzate che denotano quanto la richiesta del prodotto non sia solo interna, bensì arrivi da tutta Italia e oltre. Sinonimo che i gusti del consumatore sono orientati verso i vini di montagna e d'altura, vere e proprie nicchie di mercato che finiscono in tavola pronte da stappare. Il perché lo si scopre dal calice.



Armin Gratl

“Trattandosi di una varietà semiaromatica, il Kerner riesce a centrare l'idea del vino di montagna, quello di cui si parla da sempre e non sempre si esprime al meglio” dice il direttore generale di Cantina Valle Isarco **Armin Gratl**. “Intenso nelle profumazioni e con un corredo gustolfattivo completo che va dalle note vegetali alle agrumate senza mai risultare eccessivo, non si classifica come varietà aromatica, bensì semiaromatica. È questa differenza a incuriosire il consumatore che all'assaggio ne resta stupito e se ne affeziona”.

“Come cooperativa abbiamo deciso di investire sul vitigno e da quando sono entrato a far parte del processo decisionale, quindi 2013, la superficie vitata è raddoppiata con una risposta positiva del mercato nazionale e internazionale. Saper intercettare vini oggi più complessi, sapidi e minerali non è semplice, su questa varietà abbiamo praticamente scommesso. Siamo stati premiati per l'anticipo sul tempo arrivando a detenere attualmente quasi l'80% della superficie vitata a Kerner”.

Ma il Kerner che necessita di temperature più fresche può essere un alleato con il cambiamento climatico che riscalda anche l'Alto Adige? Cercare l'altura sarà la soluzione per



sempre? Secondo Gratl è necessario puntare a proteggersi certamente dal cambiamento climatico, quindi da scottature o gelate, ma anche da eventi estremi, oggi il pericolo principale per le vigne. “Siccità o pioggia eccessiva creano preoccupazioni che vanno arginate e questi eventi si intensificheranno sempre di più col passare delle vendemmie”.

Che le cooperative abbiano tante teste da considerare, parlare di innovazione e varietà su cui puntare a volte non è proprio semplice. Per questo c'è bisogno di un lavoro di concerto consapevole e che sappia rendere i soci protagonisti. Su questo il modello altoatesino funziona, tant'è che il sistema cooperativo si è evoluto negli ultimi quarant'anni seguendo i consigli di amministrazione che, dati alla mano, hanno dimostrato gestioni consapevoli e orientate al futuro e non solo al qui e ora.

“Creare un'alternativa al Muller Thürgau, puntare su qualcosa che fosse unico e non coltivato anche dove non si dovrebbe, era la nostra prerogativa. Il Kerner utilizza l'altitudine per esprimersi nel miglior modo, tant'è che lo si coltiva bene da 700 metri a salire e toccando i 1000 metri. Viviamo nell'epoca in cui il Muller che si trova praticamente ovunque e purtroppo viene snaturato di tutta la sua finezza ed eleganza. Ai soci abbiamo dato la possibilità di creare valore e unicità, non di svenderci solo al prezzo più basso”.

Per questo Gratl punta a raccontare la Valle Isarco parlando di esclusività, ora l'interfaccia diretta tra il consumatore e le montagne.

Secondo Gratl un altro obiettivo della cooperativa è attestarsi a una sorta di quartier generale del Kerner. “Ci serviranno anche alleati che lavorino in questo senso, nuove leve che sappiano preservare la nicchia di mercato e non trasformino il prodotto nel nuovo caso di un vino banalizzato e poi svenduto. Riusciremo ancora a posizionarlo in fascia medio alta certo, soprattutto se si continuerà a produrlo solo ed esclusivamente in zone vocate e con criterio”.

“Vogliamo continuare a essere leader e conosciuti come punto di riferimento per il Kerner” afferma il direttore. E allora quali i segreti per non snaturarsi? Servono tre parole che nascondono grande valore. “Altitudine, perché la sapienza di saper andare a coltivare solo dove si può è qualcosa di raro ormai. Non esagerare, perché bisogna pur mantenere le rese basse e restare nella nicchia di prodotto. Infine dato che si parla di vini di montagna la keyword necessaria è territorio, con questa ci si può spendere praticamente ovunque visto



che l'Alto Adige è unico nel suo genere”.