



Due dei sei viticoltori di Fiè –
Petra Zelger Planer (Prackfoler
Hof) e Christoph Mock
(Wassererhof) – durante una
degustazione in cantina.

—INTERVISTA

Sei personalità, un solo messaggio

Fiè allo Sciliar. Nel 2013 sei aziende vitivinicole – Bessererhof, Fronthof, Grottnerhof, Gump Hof, Prackfolerhof e Wassererhof – si sono unite per dare un'immagine unitaria alla loro zona vinicola. Petra Zelger Planer del Prackfolerhof e Christoph Mock del Wassererhof ci spiegano su cosa si fonda questo network e quale sia il legame tra vino e cultura del territorio.

alma
Dalla nostra terra.
Per la nostra tavola.

A Fiè si coltiva la vite da secoli e oggi ci sono circa 55 ettari di vigneti. Delle trentotto aziende vitivinicole, sei vinificano in proprio invece di conferire le uve alle cantine sociali. Queste sei aziende si presentano come i “Vignaioli di Fiè”. Da dove nasce questa scelta di unirsi?

Petra: A Fiè per molto tempo il vino ha goduto di poca considerazione, pur essendo un settore in cui questo piccolo comune di montagna ha parecchio da offrire. Nel 2013 è nata l'idea di cambiare questa situazione, di dare più peso e visibilità al vino. Noi viticoltori abbiamo capito subito che prima di aprirci all'esterno dovevamo fare rete tra di noi. Così

—La nostra collaborazione si nutre di continuità. È la base per costruire nuove esperienze.

è nata la nostra associazione: a piccoli passi, con visite guidate, presentazioni comuni ed eventi.

Christoph: Molti ospiti che vengono da noi a Fiè e nella zona dello Sciliar hanno aspettative ben precise. Cercano cioè prodotti locali, vogliono sapere da dove arrivano. Questo, insieme alla nostra passione, ha accelerato il processo.

Petra: Oggi nella lista dei vini di ogni ristorante del circondario ce n'è almeno uno di Fiè. Quindici anni fa non era così.

Voi Vignaioli di Fiè siete sei cantine indipendenti, ognuna con la propria identità. Cosa tiene insieme un gruppo così negli anni?

Petra: Dal punto di vista economico ogni azienda vinicola è autonoma e ciascuno di noi ha un'idea leggermente diversa di come debba essere un buon vino. Ma è proprio qui il nostro potenziale: sei cantine con sei storie differenti operano, in un'unione collegiale,



Ogni vino nasce da molto lavoro manuale. I viticoltori e le viticoltrici di Fiè desiderano condividere il loro sapere con i visitatori e con i partner della ristorazione.



per dare più spazio al tema del vino, soprattutto organizzando eventi. Ogni azienda porta in dote il suo punto di vista, e già questo è molto stimolante.

—Per poterci presentare compatti all'esterno, dobbiamo andare d'accordo all'interno.

Christoph: È come una relazione ben riuscita: richiede impegno. Per esempio abbiamo capito che nel corso del tempo l'interesse per determinati format di eventi diminuisce. Così abbiamo creato nuove opportunità di incontro, come una serie di manifestazioni all'insegna di vino e cucina locale direttamente nei masi. Accogliamo le persone nelle nostre aziende, mostriamo loro cosa facciamo, parliamo con loro. La nostra collaborazione si nutre di continuità. È la base per costruire nuove esperienze.

Petra: Per me la dimensione collegiale ha un ruolo molto importante. Se tra di noi non predomina l'assillo della concorrenza ma si crea una collaborazione basata sull'amicizia, aumenta anche la voglia di fare qualcosa insieme. Per poterci presentare compatti all'esterno, dobbiamo andare d'accordo all'interno. Del resto siamo gli ambasciatori di ciò

che nasce qui: un buon vino. E invitiamo gli ospiti e i residenti a gustarlo qui, dove nasce.

Gli ambasciatori hanno bisogno di un pubblico. E la cultura del vino ha bisogno di persone che comprendano come si arriva a un buon calice. Come fate a coinvolgere queste persone?

Christoph: Una delle cose più difficili è coinvolgere i nostri concittadini. Ovviamente ci si conosce già, eppure per molti compiere il passo di partecipare a un evento sul vino sembra eccessivo. Il vino, inoltre, è percepito spesso come qualcosa di elitario. Molti pensano: non ne capisco niente.

Petra: Spesso manca semplicemente un'occasione di contatto: due chiacchiere, una degustazione, un momento in cui qualcuno racconti l'idea dietro quel dato vino.

Nella ristorazione, invece, il vino è un ambito molto competitivo: le liste dei vini sono lunghe, l'offerta è articolata. Come riuscite a ottenere visibilità?

Petra: Ormai nei ristoranti e negli alberghi siamo ben rappresentati, ma dipendiamo anche dalla benevolenza dei ristoratori. In una località di piccole dimensioni questa disponibilità è ancora più importante, e di conseguenza anche il networking. Per questo puntiamo molto sulle visite guidate nelle aziende vinicole. Non tutti i vini sono uguali: tra crescita,

vinificazione e maturazione in cantina passano due, anche tre anni. È importante che qualcuno conosca il nostro lavoro artigianale e sia in grado di raccontarne la storia. Se un sommelier o un sommelier è convinto della qualità del tuo vino, lo comunica all'ospite e lo consiglia; questo genera più fatturato per te di qualsiasi lista dei vini.

Christoph: È proprio qui che entra in gioco il legame con il territorio, perché un vino della zona dà a chi lo serve la possibilità di raccontare storie: del luogo da dove proviene e della gente che lo produce. Nella maggior parte dei casi, chi compra da noi direttamente in azienda ha scoperto il vino in qualche ristorante.

La cultura del vino non nasce in un anno ma richiede pazienza, continuità, fiducia. Di cosa ci sarebbe più bisogno?

Christoph: Non chiediamo niente, ci serve solo tempo. La cultura deve crescere, e questo richiede tempo. Vedo ristoratori che oggi si comportano in modo molto diverso rispetto a cinque anni fa, che hanno sviluppato un interesse e lo trasmettono. È un cambiamento percepibile.

Petra: Perché il nostro lavoro dia dei frutti dobbiamo essere continuamente presenti, raccontarci, mostrarci. La ristorazione è un nostro prolungamento naturale. L'ospite beve il nostro vino al ristorante, è soddisfatto e il ristorante riceve una buona recensione per il consiglio. L'ospite prima o poi arriva da noi, se ne va sorridente e racconta ad altri della sua bella esperienza. Da questo trae vantaggio anche il ristorante che ha consigliato la cantina. E così il cerchio si chiude.

Cosa possono insegnarti i Vignaioli di Fiè

In tempi incerti, i volti familiari acquistano maggiore importanza.

I piccoli produttori con uno stile riconoscibile hanno un vantaggio concreto rispetto alle grandi aziende vinicole anonime.

Inutile puntare tutto sulle

recensioni. Le guide enologiche e le degustazioni contano, ma ciò che è decisivo è l'atteggiamento di fondo. Ancora più importante dei punti e dei voti è l'esperienza duratura trasmessa da un buon vino.

Oggi chi vuole essere visibile deve darsi da fare.

La visibilità si raggiunge solo quando i produttori creano un rapporto diretto con le persone, raccontando e mostrando ciò che fanno.



Dietro ciascuno di questi ritratti c'è il network **alma**. Nella regione dolomitica Alpe di Siusi, quello che arriva in tavola non nasce mai per caso. È il frutto della stretta collaborazione tra chi ha un'attività agricola e chi si occupa di ristorazione. Si concordano le quantità, si organizzano i percorsi e si decide insieme cosa coltivare e come farlo arrivare dalla terra alla tavola. Nasce così un circuito economico locale in cui domanda e offerta si incontrano all'insegna della fiducia reciproca e dell'affidabilità.

alma non è né un marchio né una campagna promozionale, bensì un network che dà visibilità a una collaborazione concreta, profondamente radicata nella quotidianità di chi qui lavora e porta avanti la propria attività.

—seiseralm.it/alma