

fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

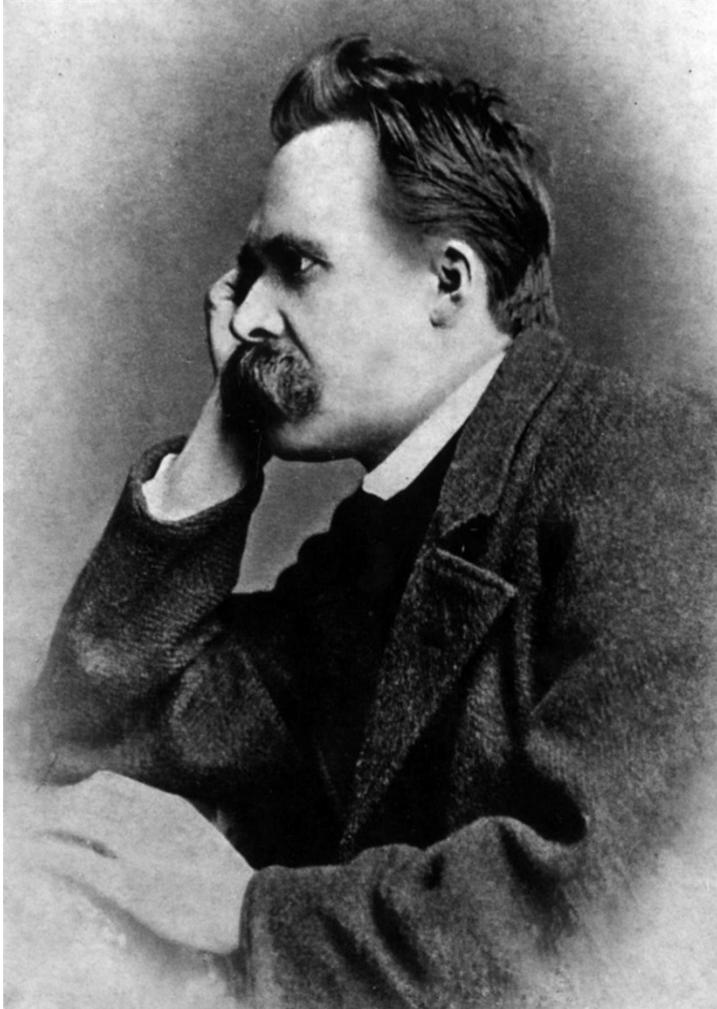
VII Edizione

SUMMER SCHOOL SANGUIS JOVIS

**LA LEZIONE DELLA STORIA :
DALLA RIVOLUZIONE DELLE
BEVANDE ALLA CONTEMPORANEITA'**

Montalcino , 8 luglio 2024

F. G. Nietzsche, 1844 –1900



Se vuoi conoscere l'altezza delle torri della tua città, esci dalla città, allontanati da essa.

Questa metafora ci suggerisce di allontanarci dalle conoscenze che abbiamo ed andare ad esplorare nuovi orizzonti. Digitale e genomica hanno rivoluzionato narrazioni e certezze ed alimentano speranze .

La storia circolare

La storia non è altro che il presente che prende coscienza del passato “ (J.P.Sartre)

FINE DELLA GUERRA DEI TRENTA ANNI, PACE DI VESTFALIA ,NASCITA DI NUOVE BEVANDE :
CAFFE, CIOCCOLATO. THE. COGNAC,
PORTO,CHAMPAGNE ,LA CRISI DEI CLARET ED IL SUCCESSO DEI VINI DI CAHORS

IL RUOLO DELLA BORGHESIA E LA GERARCHIZZAZIONE DELLA QUALITA' CON LA NASCITA DELLE DO

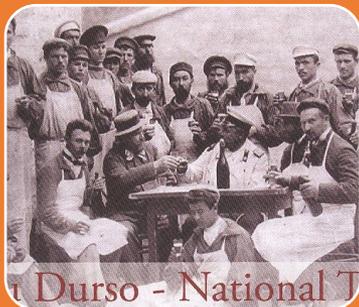
NASCITA DI NUOVI VITIGNI (SANGIOVESE,SAVAGNIN,FU RMINT,CABERNET F., GRENACHE, ETC) E SVILUPPO DI NUOVI TERRITORI (VITICOLTURA ATLANTICA >VITICOLTURA MEDITERRANEA)

IL CAMBIAMENTO CLIMATICO : LA FINE DELLA PICCOLA GLACIAZIONE MEDIOEVALE

RIVOLUZIONE DELLE BEVANDE
XVII- XVIII SEC

IL DECLINO DI VENEZIA (MALVASIA) E LO SVILUPPO DEI VINI SPAGNOLI E DA UVA INFAVATA ED ALCOLIZZATI (SAUTERNE, PORTO,ETC)

CAMBIO CLIMATICO, GUERRE, SOCIETA' E VINO IN EUROPA



Alcol ed alcolismo in Europa nel XII sec a causa della scoperta della distillazione e della riduzione dei costi di trasporto da vino

Nasce il brandy dalla parola olandese *brandewijn*, vino bruciato

Crescita demografica e popolazione cittadina



Scoperta della bottiglia e vini d'annata

I tre vini della rivoluzione delle bevande : New french claret, champagne, Porto

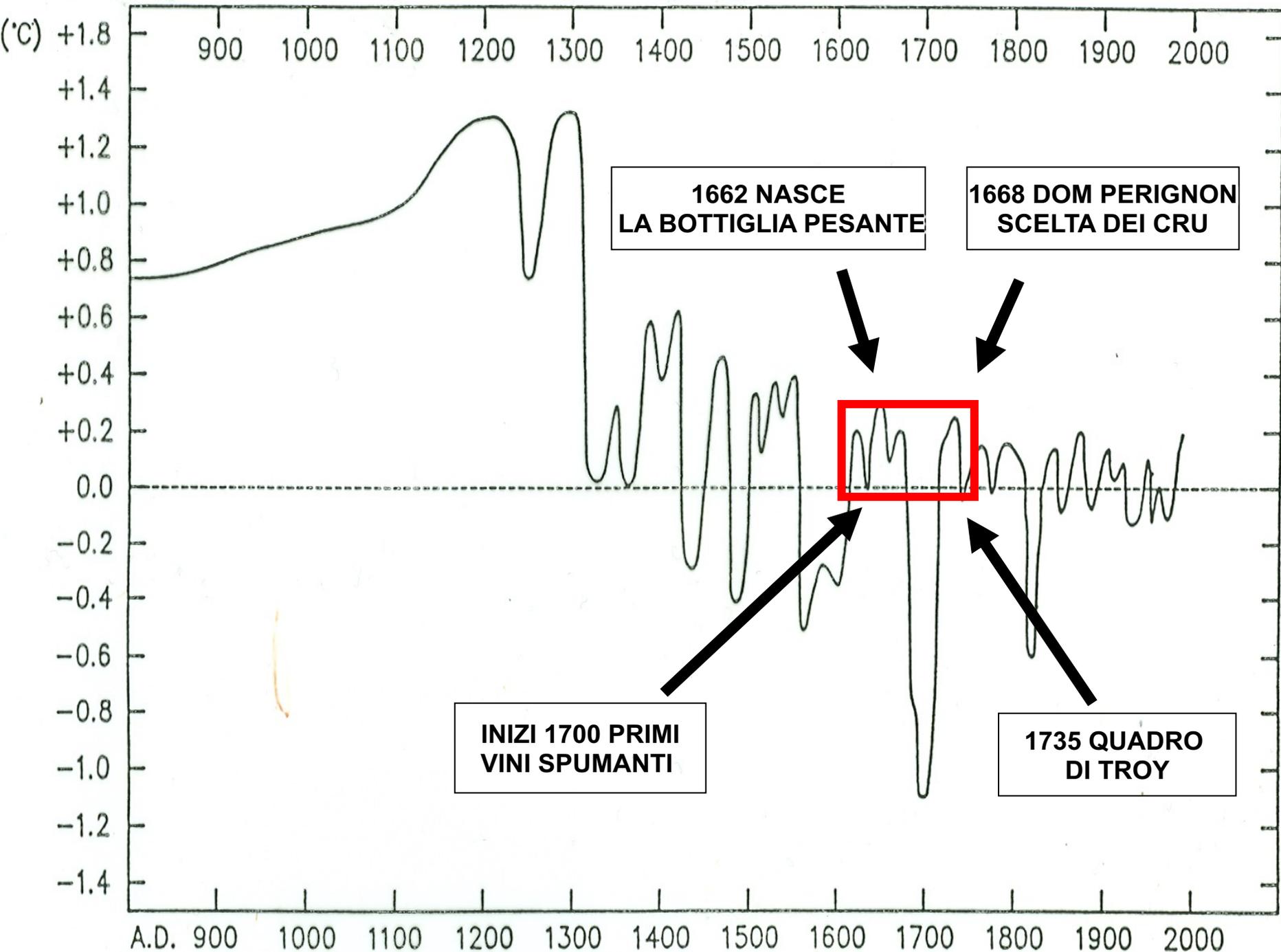
Sviluppo delle frodi vinicole e nascita delle prime denominazioni d'origine



Dopo ogni crisi (climatica e malattie) si assiste alla ristrutturazione della viticoltura (luoghi, vitigni, mercati, nuovi vini)

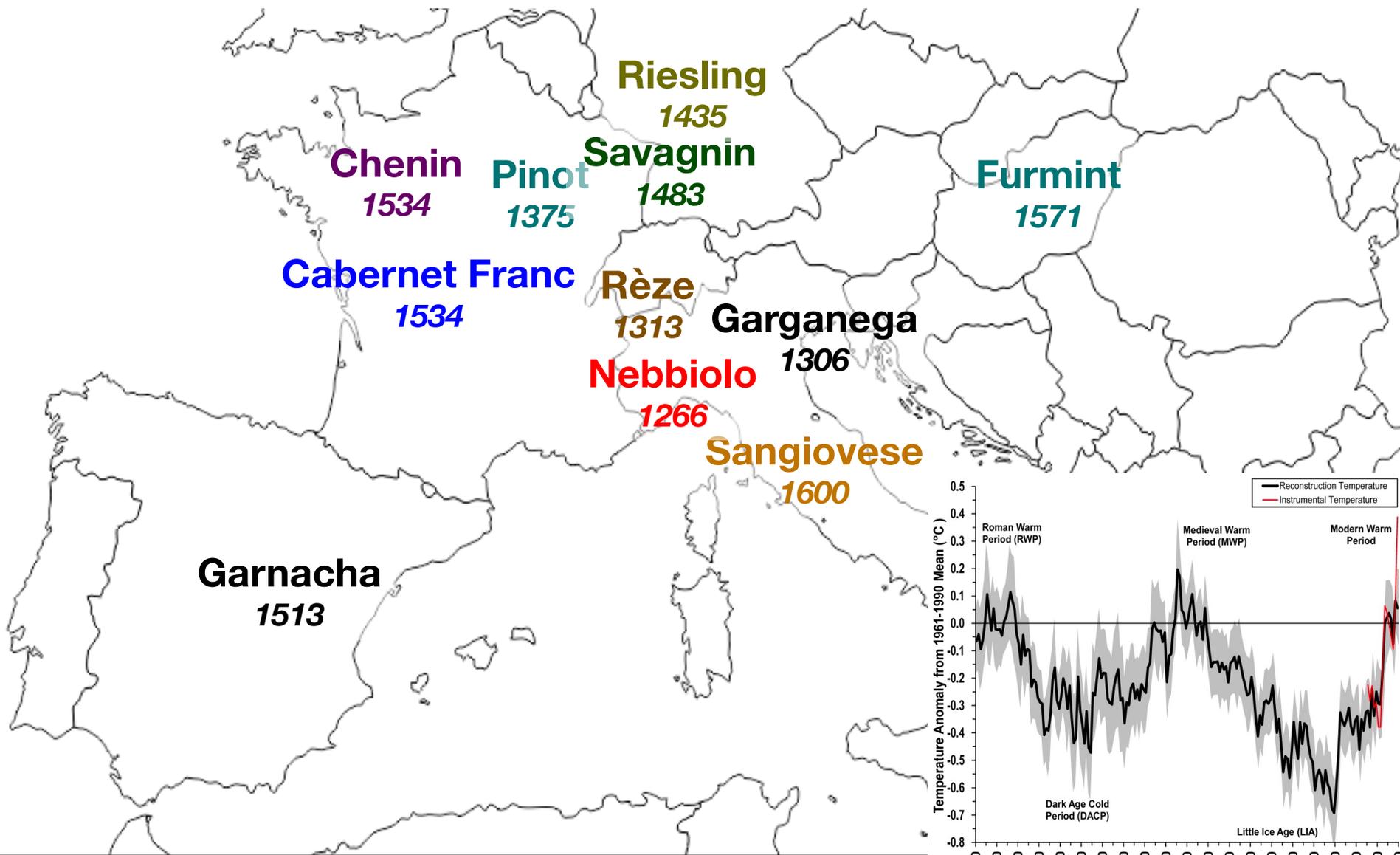
Dopo il 1709 sviluppo del Gamay ed in nord Italia varietà molto produttive (es Veneto)

Cambia profondamente il significato di vocazione viticola dei luoghi



IL CAMBIAMENTO DEL CLIMA : UN'OPPORTUNITA'

(Effetti della Piccola Glaciazione Medioevale : 1350- 1700)



L'intuito e la fortuna ... due grandi opportunità per Venezia

NEL MEDIOEVO VENEZIA INTUISCE :

- 1) la forza d'Oriente e del Mediterraneo e usa la IV crociata per conquistare il Mediterraneo***
- 2) il cambio climatico dovuto alla piccola glaciazione XVI e il XIX sec. Usa il vino per riscaldare corpo e anima di un Europa provata dalla carestia e dalla peste.***



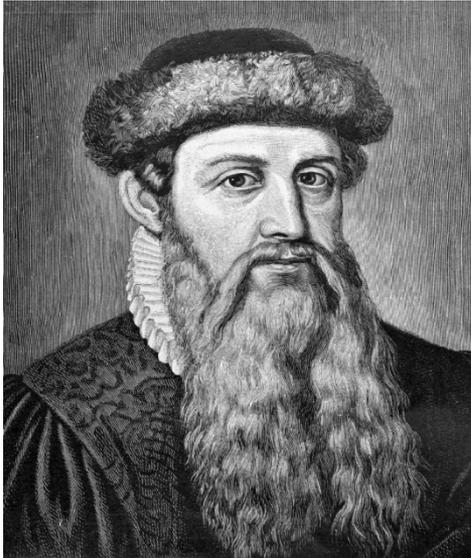
I VINI SPAGNOLI DURANTE LA PICCOLA GLACIAZIONE MEDIEVALE

- Carlo V (1519- 1556) aveva favorito il commercio dei vini spagnoli non danneggiati dal cambio climatico
- L'età di Shakespeare (1564-1616) sotto la regina Elisabetta I . Nell' Enrico IV(1588-1592) ,Le allegri comari di Windsor (1599-1601) scrive del *Vin di Spagna asciutto* e cita alcuni i vini di provenienza spagnola
- Sherry ,vecchio Sack ,vino Malmsey (malvasia) delle Canarie



I GENERATORI DEL RINASCIMENTO

J.Gutenberg
1400-1468



Martin Lutero
1483- 1546



Cristoforo Colombo
1451- 1506



LA VOCAZIONE DI UN TERRITORIO DA DOVE NASCE ?

- *I CONCETTO DI VOCAZIONALITÀ DI UN TERRITORIO VITICOLO E' PROFONDAMENTE CAMBIATO NEL CORSO DELLA STORIA*
- **IN FUNZIONE DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI (LA DELOCALIZZAZIONE)**
- **PER IL MUTAMENTO DEI GUSTI DEI CONSUMATORI E DELLE MODE (VINI ATLANTICI VS MALVASIE)**
- **PER GLI EFFETTI DELLA GLOBALIZZAZIONE DELLA VITICOLTURA (VITIGNO VS DENOMINAZIONE)**
- **PER I PROCESSI DI INNOVAZIONE VITICOLA ED ENOLOGICA (RUOLO DELLA RICERCA E DELLA FORMAZIONE)**

LA VOCAZIONE MERCANTILE DEI *TERROIR* LA VIA FRANCIGENA



LA CONTEMPORANEITA'

I FATTORI RESPONSABILI DEL CAMBIAMENTO

1. CAMBIO CLIMATICO

2. CAMBIO GENERAZIONALE

3. CAMBIO delle MODALITÀ DI CONSUMO

NASCONO I VINI DEI
MILLENIALS

Molto diversi da
quelli della ns storia
e tradizione

CAMBIO GENERAZIONALE

- Non si beve quello che ha bevuto la **generazione precedente!**
- Le generazioni più recenti hanno una forte **ricerca di autenticità** (fuggono dai fake)
- Sono generazioni **curiose ed eclettiche** anche nel **recupero della tradizione.**



QUALI SONO I REQUISITI DI UN VINO CONTEMPORANEO

È un vino prodotto con una enologia meno invasiva

Un vino che viene definito + AUTENTICO

Espressione di un luogo, di un *terroir*

È un vino PIÙ FRESCO, PIÙ LEGGERO, MENO ALCOLICO

Meno carico di colore

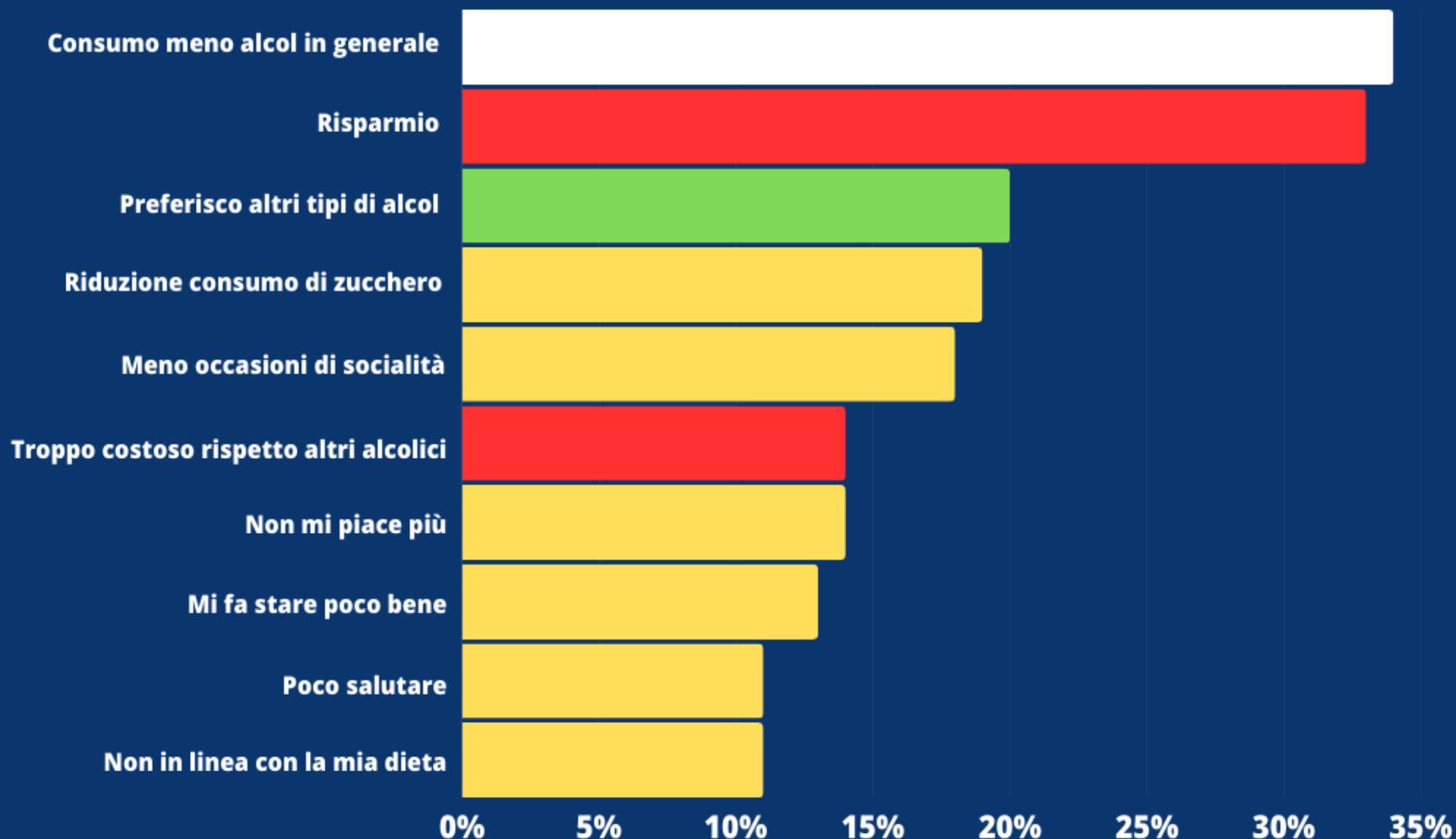
È un vino che racconta un MONOVITIGNO (richiama la purezza)

CAMBIO delle MODALITÀ DI CONSUMO

- Si beve meno & meglio
- Si beve sempre meno a casa e sempre più out of home (ristorant, winebars)
- Si abbina il vino con **cucine fusion** (es. asiatiche, medio-orientali)



Perché si riducono i consumi di vino



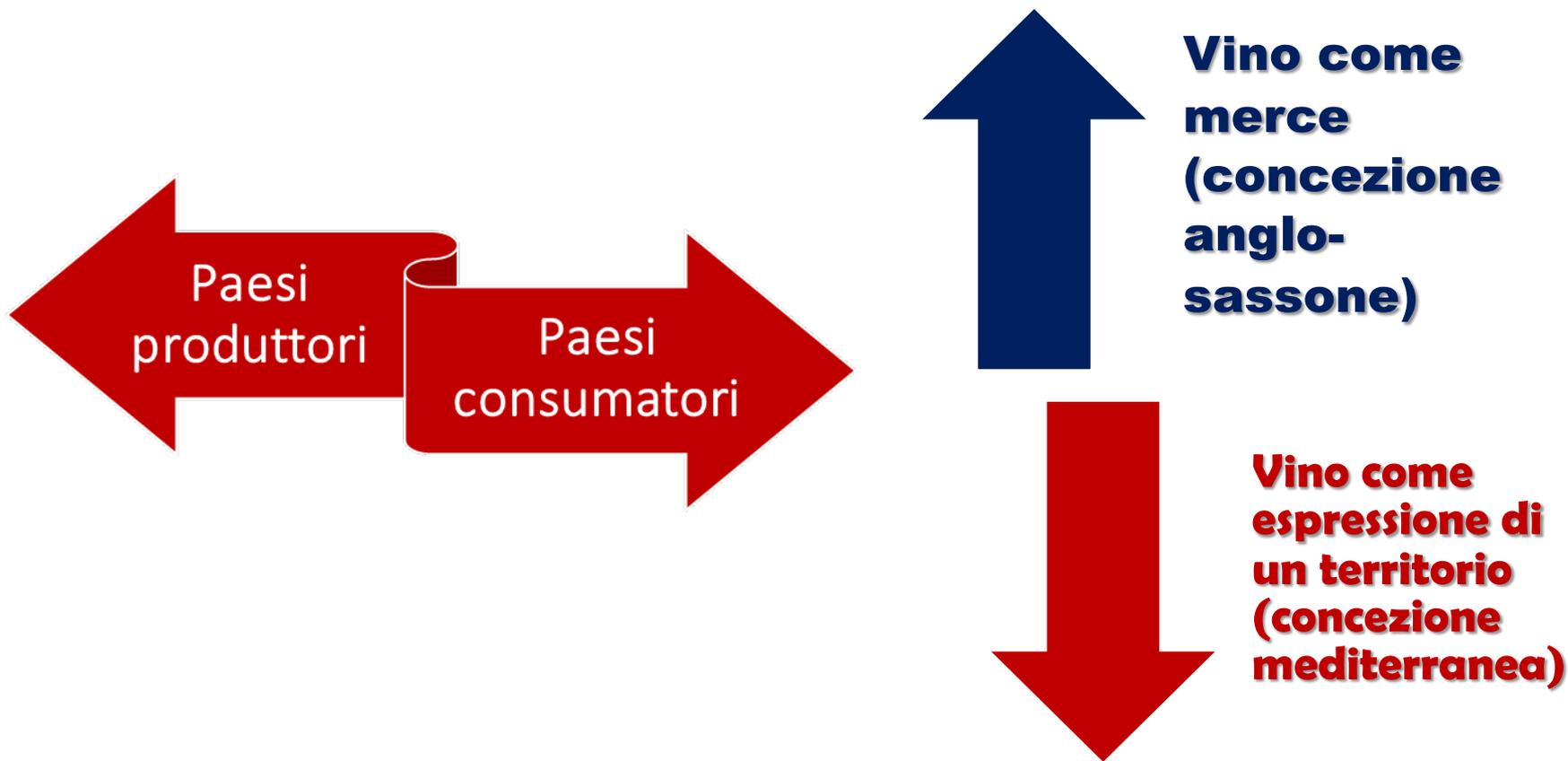
Il vino è un **alimento**?



Photo: An Italian fisherman braces himself for a long cold day in the water with a fortifying draught of wine.
Source: Brook, S. (2000)

- La *business community* ha la pretesa di **richiamarsi alla tradizione** trascurando però il **ruolo delle occasioni di consumo**.
- Se il vino non è un alimento, quali sono le **nuove motivazioni** per berlo?
- Quale relazione prospettica intercorre tra le **occasioni di consumo e la DIMENSIONE** di questo consumo?

Il difficile compromesso sui valori del vino per i Paesi produttori ed i Paesi consumatori



VINO E SALUTE : UN TEMA DIVISIVO



TABLEAU 6 Collection TABLEAUX MURAUX Armand COLIN & Co

L'alcool, voilà l'ennemi.

Tableau d'ANTI-ALCOOLISME par le Dr GALTIER-BOSSIÈRE v. l.

BOISSONS NATURELLES BONNES (pris sans excès)

- Vin Raisin
- Cidre Pommes
- Poiré Poires
- Bièrre Orge et Houblon

ALCOOLS INDUSTRIELS MAUVAIS (même pris en petite quantité)

Sont fabriqués avec:

- Betterave
- Pomme de terre
- Grain

Ce qu'on fait avec les alcools industriels

Avant l'alcoolisme vs **Après l'alcoolisme**

Troubles alcooliques:

Troubles physiques: Tremblement, vomissements, Perte de l'appétit, Affaiblissement général, Prédilection aux maladies, Paralysie, Dérèglement de la sensibilité, etc.

Troubles moraux: Diminution de l'intelligence, Perte de la mémoire, Incapacité professionnelle, Dégradation morale, Irritabilité, Violence, Fureur.

ORGANES SAINS vs **ORGANES d'ALCOOLIQUE**

Estomac, Foie, Cœur, Reins, Cerveau

Gastrite ulcéreuse, Cirrhose hépatique, Dégénérescence graisseuse, Ramollissement, Méningite

IVRESSE

2

"Le Vin est la plus saine et la plus hygiénique des boissons"
PASTEUR

UN LITRE DE VIN de 10°

CORRESPOND COMME NOURRITURE A

- 900 gr. de Lait
- 370 gr. de Pain
- 585 gr. de Viande
- 5 Oeufs

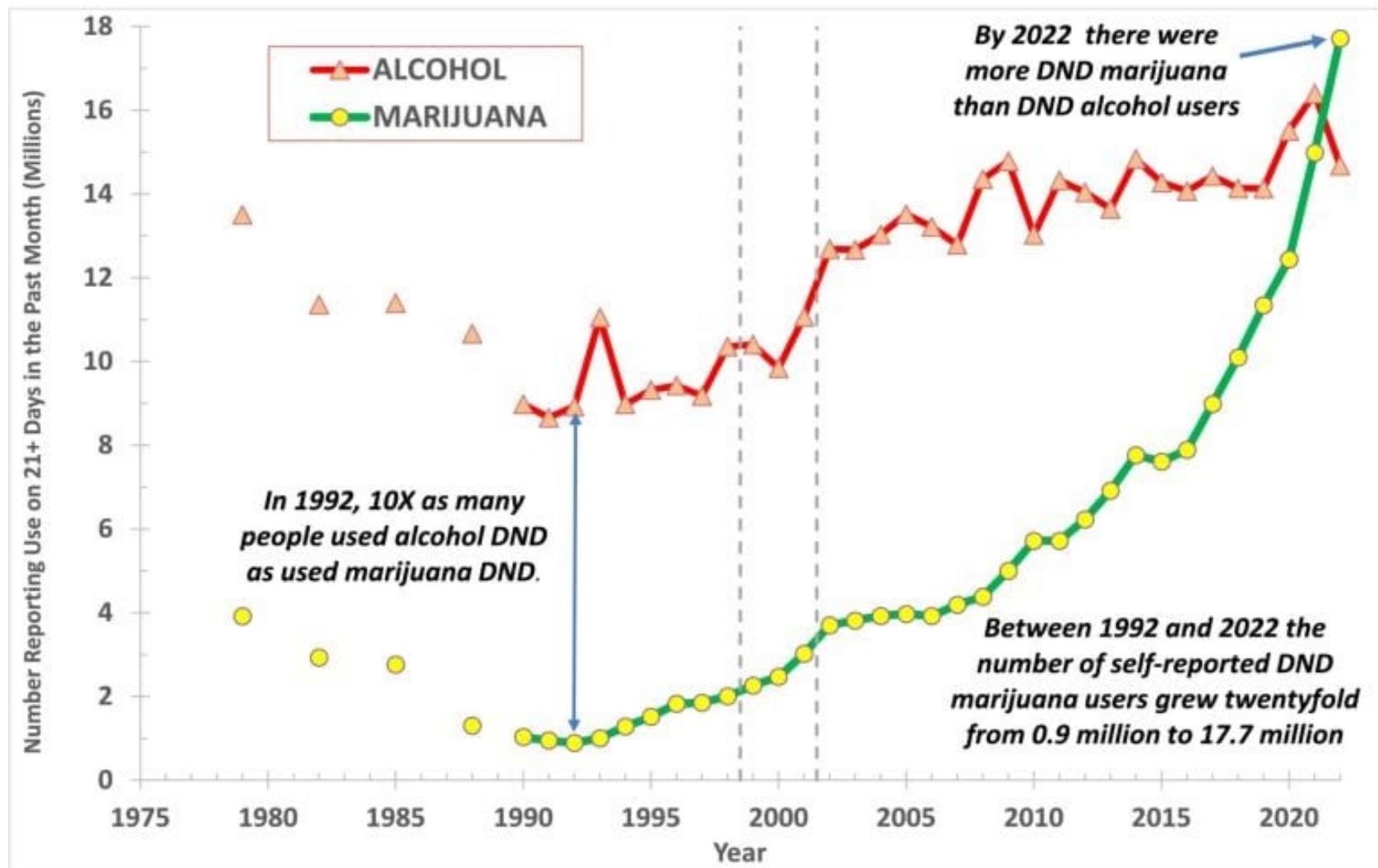
ADP

"L'alcoolisme est tenu en échec par la consommation du Vin"
Dr BERTILLON

2

LEGGE EVIN (1991) CHE PROIBISCE IN FRANCIA LA PUBBLICITÀ DEGLI ALCOLICI





Per la prima volta il consumo di cannabis supera l'alcol. Lo studio shock che parla anche della crisi del vino - Gambero rosso, 30 maggio 2024

NO LO

**PER I
PRODUTTORI
NON C'E
PIU'TEMPO
DA PERDERE**

**ASTEMI SE
GUIDATE**

**VERSO
DESTINAZIONI
ANALCOLICHE
(ISLAM)**

**VINI POCO
ALCOLICI PER
GLI ASTEMI**

CINQUE DOMANDE SULLA COMUNICAZIONE DEI VINI DEALCOLATI (F.Minetti)

- **SONO ALTERNATIVI AL VINO ?** Comunicare con continuità con il vino, ma anche rivolgersi ad un segmento di consumatori non abituati al vino
- **QUANTO CONTA IL TERROIR ?** I vitigni aromatici, prodotto semi industriale, senza tradizione, non insistere quindi sul terroir
- **CHE DOMANDA INTERCETTANO ?** Sono per i nuovi consumatori o per momenti di consumo particolari (1 mil. in Italia di non bevitori di alcolici, etici, salutisti ?)
- **QUALI SONO I BENCHMARK ?** Le grandi aziende vinicole ma anche i produttori di bevande analcoliche di Paesi non viticoli, molto più spregiudicati nelle confezioni e denominazioni
- **QUALE E' L'ARMA SEGRETA ?** Quella dell'inclusività : sei incinta ? Sei un atleta ? Hai problemi di salute ? Va migliorata però la qualità e fatta una narrazione diversa da quella che fa per il vino (tradizione, profilo sensoriale, concorsi, etc)

L'identikit dei potenziali consumatori

MOTIVAZIONI DI CHI CONSUMA O È INTERESSATO/A

| | |
|---|----|
| mi permettono di guidare a fine serata | 28 |
| per godere dell'«esperienza aperitivo» senza alcool | 27 |
| sono meno caloriche del corrispettivo alcolico | 25 |
| posso berne in maggior quantità senza stare male | 21 |
| ne preferisco il sapore | 15 |
| sono astemio/a | 13 |
| sono più economiche del corrispettivo alcolico | 12 |
| per motivi religiosi/culturali non consumo alcool | 3 |

COME SARA' IL VINO DEL FUTURO ?



I TEMI CALDI

- **il cambiamento climatico**
- **la genetica innovativa**
- **la sostenibilità ambientale**
- **l'innovazioni tecnologiche (in vigneto e cantina)**
- **packaging alternativi**

LE NUOVE PAROLE DEL VINO

I TEMI FASHION

- **la biodiversità del suolo**
- **la potatura conservativa**
- **le viti franche di piede**
- **le viti vecchie**
- **la vinificazione in anfora**
- **la longevità dei vini**

I TEMI CHE DIVIDONO

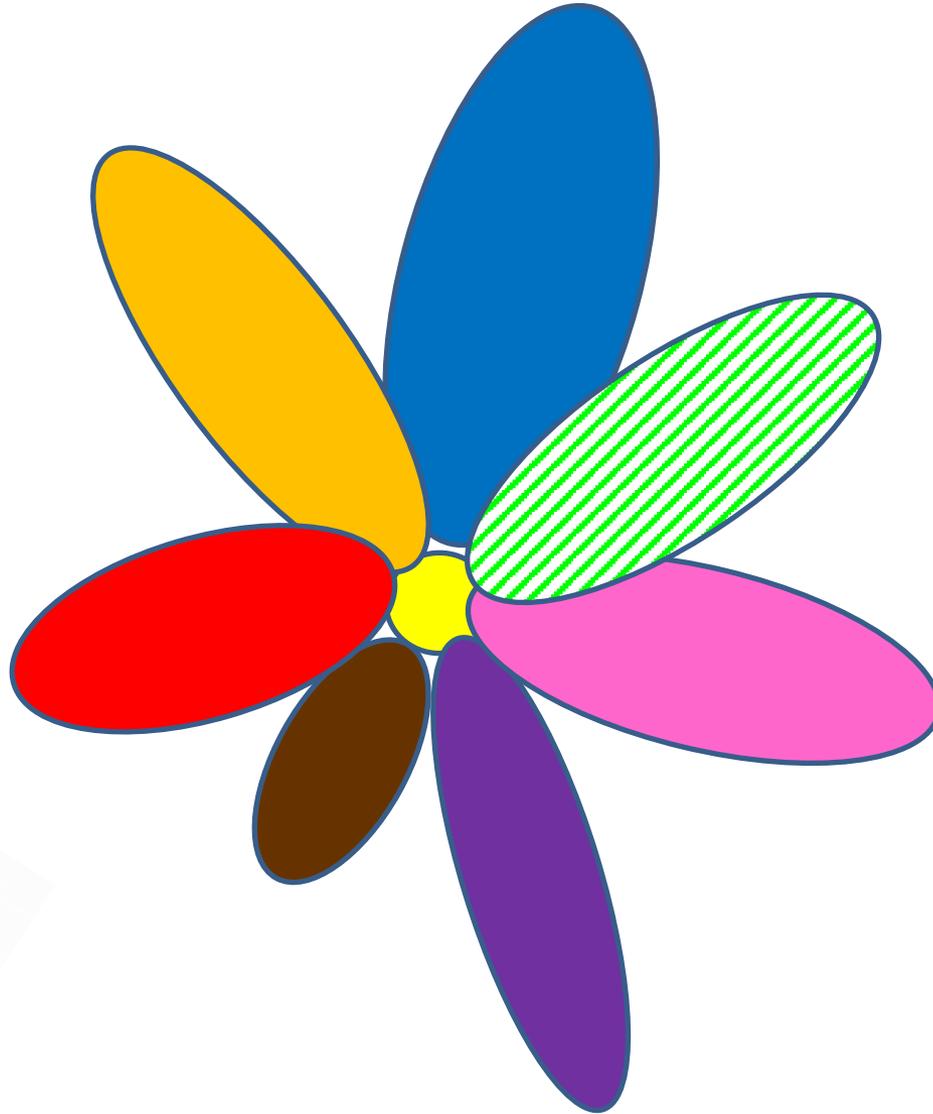
- **i robot nel vigneto sono il futuro ma le vendemmiatrici sono il diavolo**
- **se stappi una bottiglia con screw cap sintetico non sei un vero intenditore**
- **il vino naturale è fantastico ma se qualcosa va storto in vigneto o in cantina se ne può parlare ?**

COSA C'È DA ASPETTARSI

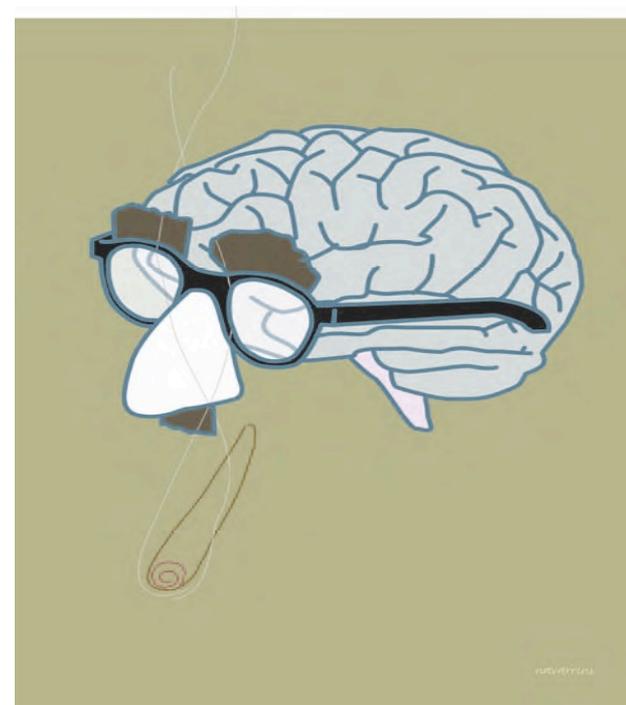
- **vini vivi («life is the key») ?**
- **vini espressione del *terroir* ?**
- **vini longevi, vini stabili ?**
- **vini più salubri ?**
- **vini originali ?**
- **vini con qualche imperfezione ?**

Cosa esprime un vino all'assaggio?

- Colore
- Profumo
- Gusto
- Aroma
- Evocazione
- Ricordo
- Naturalità**



**IL
CONSUMATORE
OGGI CHIEDE
UN VINO
NATURALE**



**LA VITICOLTURA E'IL
RISULTATO DEI
PROGRESSI DELLA
SCIENZA O E'UN
FENOMENO
NATURALE ?**



Sorb tree



crab apple

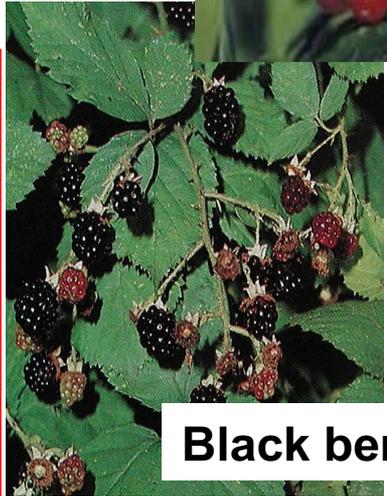
Cornelian cherry



Raspberry



Wild grapes



Black berry



Elder berry



Honeyberry tree

NATURALE > ARTIFICIALE

In viticoltura la **manca**za di una **sintesi culturale** ha creato artificiosamente una contrapposizione nella produzione del vino ,definito in modo alternativo naturale o artificiale. La distinzione tra naturale ed artificiale ,tra ciò che è naturalmente divenuto e quello che invece è tecnicamente prodotto ,è costitutiva della storia umana.

- In realtà l'artificialità (**prodotto con arte**)è intervenuta assai presto a modificare la naturalità della vita e la distinzione tra i due termini è molto meno intuitivo di quanto possa a prima vista sembrare. Una fascia di natura umanizzata dove natura ed artificio sono ormai indistinguibili, esiste da migliaia di anni sul Pianeta (dal Neolitico con la nascita dell'agricoltura).
- Abbiamo cominciato da molto tempo a modificare attraverso selezioni ed incroci molte specie di vegetali ed animali.

L'ATTUALITÀ DI BACONE

Il Bacone preilluminista , fa dire al Padre della *Casa di Salomone*, una istituzione di Betsalem, la citta utopica descritta nel libro *La nuova Atlantide* (1624):

“Facciamo nascere frutta e fiori più presto o più tardi della loro stagione; conosciamo anche sistemi per far nascere e crescere piante senza semi, mediante la combinazione di vari terreni; coltiviamo piante nuove e sconosciute, diverse dalle comuni; e trasformiamo piante di una specie in un'altra”.



1561- 1626

COMUNICARE LA **NATURALITÀ** DI UN VINO : COME APPASSIONARE IL WINE- LOVER CON LA SCIENZA

NATURALE > ARTIFICIALE

La **manca**za di una **sintesi culturale** ha creato
artatamente una contrapposizione nella
produzione del vino ,definito in modo
alternativo naturale o artificiale (**prodotto con
arte**).

LA GRANDE BUFALA

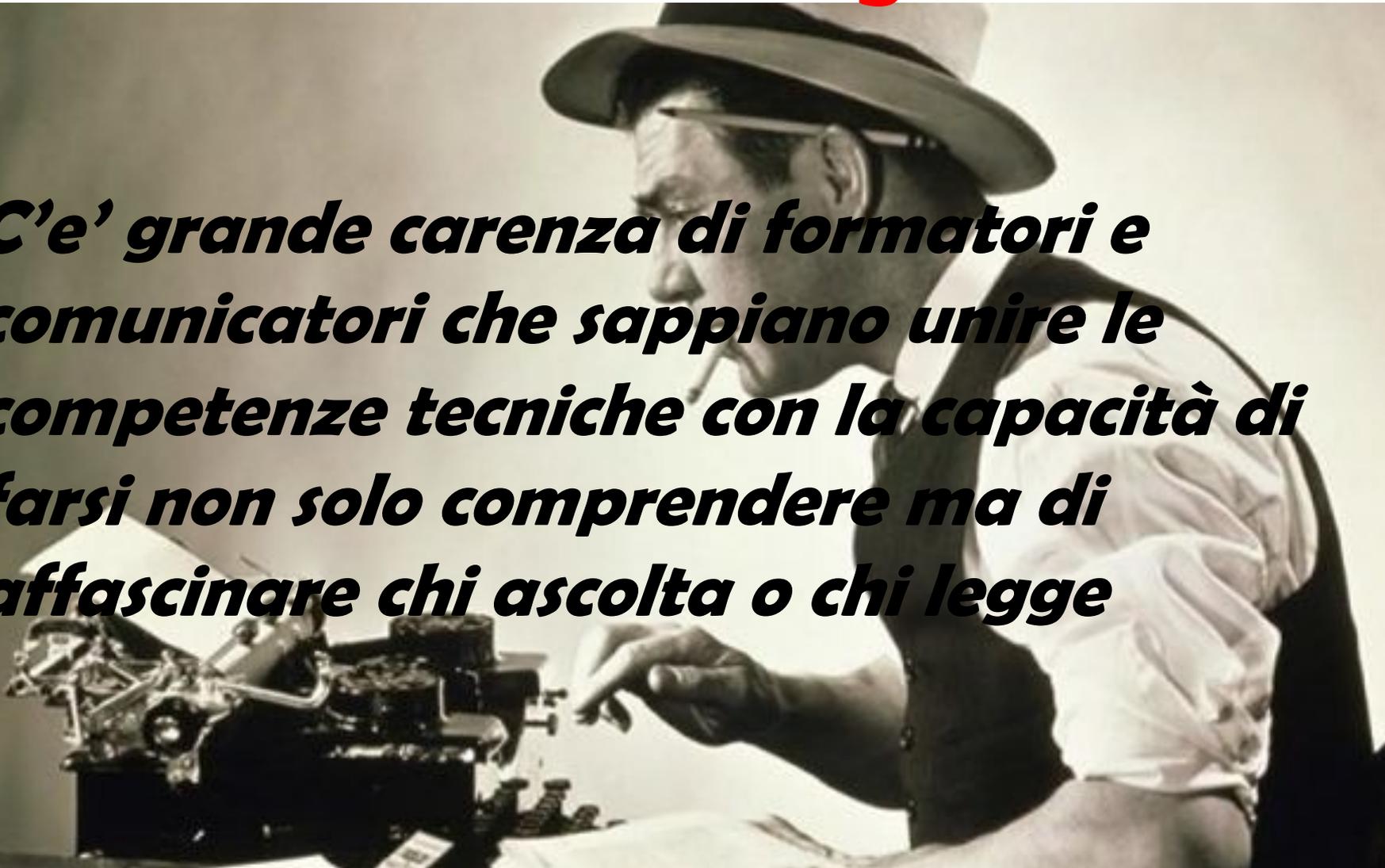
«Il consumatore è evoluto»



UN DEFICIT DI CONOSCENZA

Il collo di bottiglia

- *C'e' grande carenza di formatori e comunicatori che sappiano unire le competenze tecniche con la capacità di farsi non solo comprendere ma di affascinare chi ascolta o chi legge*



LA NECESSITA' DI UNA FORMAZIONE SCIENTIFICA PER I COMUNICATORI



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Summer School
"Sergio Ferrari"

IL RUOLO
DELLE
FONDAZIONI
NELLA
FORMAZIONE

LA SECONDA RIVOLUZIONE DELLE BEVANDE CHE E' IN CORSO PUO' CONTARE SULLE CONOSCENZE NATE DALL' ILLUMINISMO

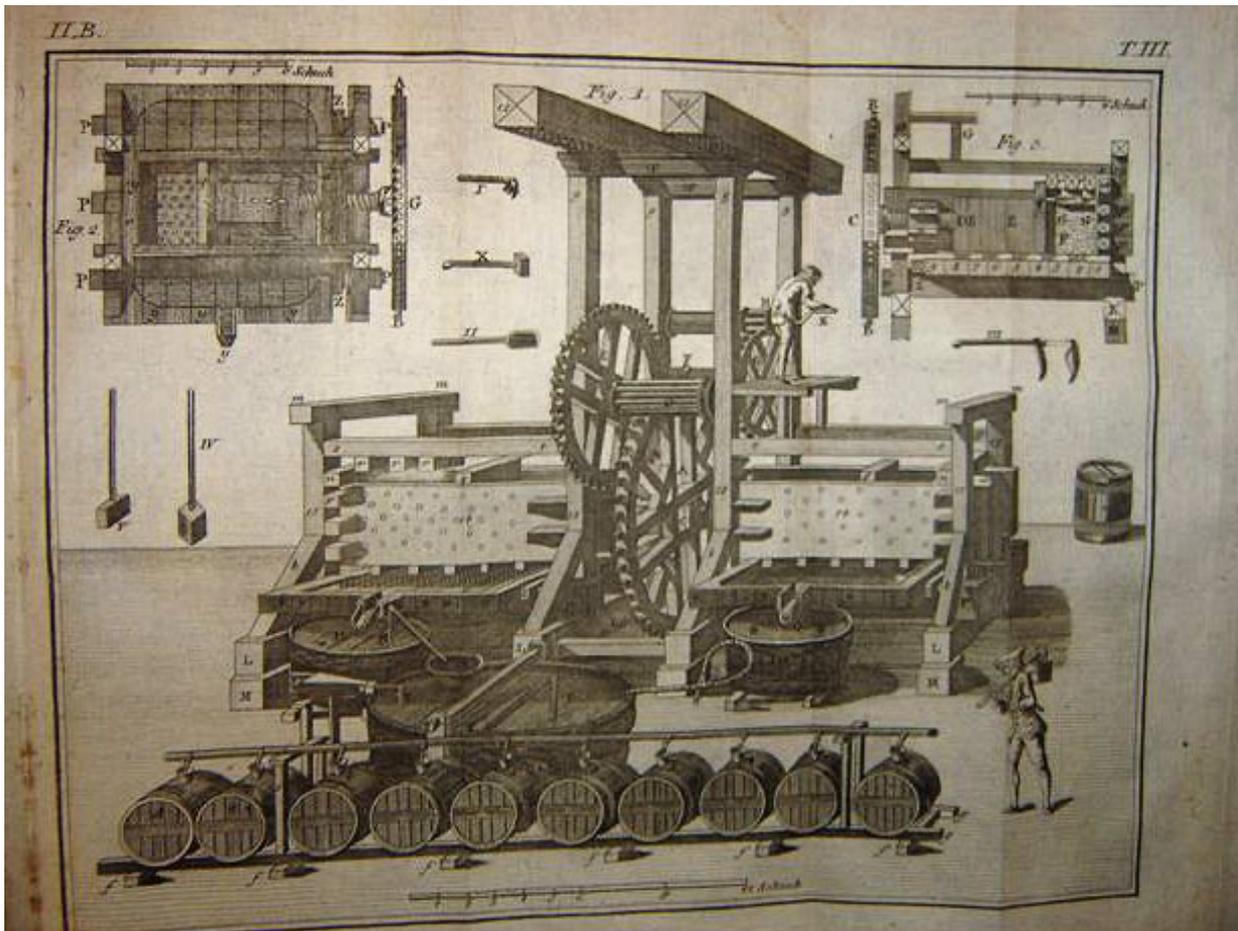
LE IDEE E I VALORI DELL'ILLUMINISMO HANNO CONTRIBUITO A PLASMARE IL MONDO MODERNO, PROMUOVENDO L'IMPORTANZA DELLA RAGIONE, DELLA SCIENZA E DELLA CRITICA RAZIONALE

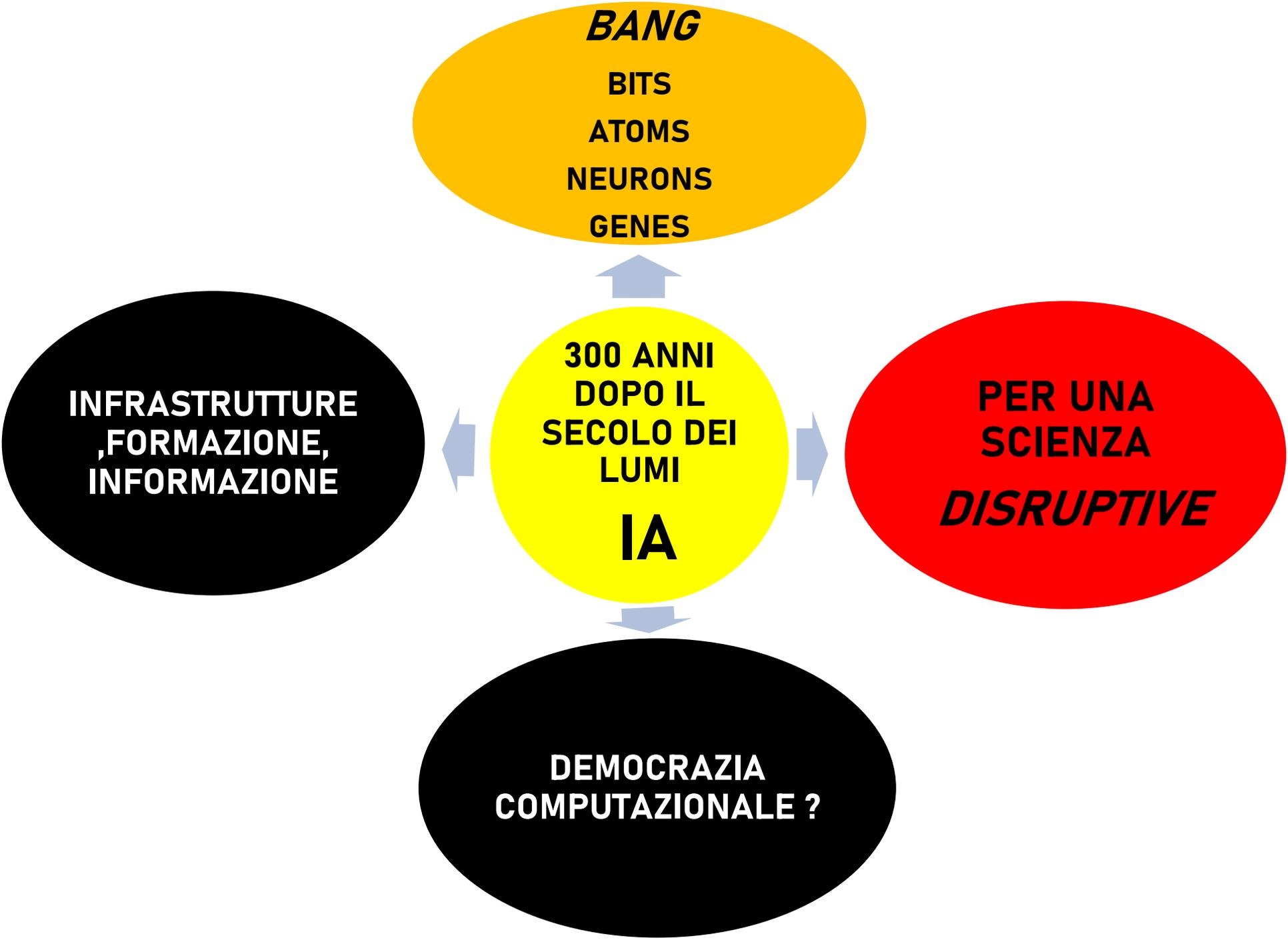
RAPPRESENTA L'INIZIO DELL'ETÀ MODERNA ,HA INFLUENZATO DIVERSI AMBITI, TRA CUI LA POLITICA, L'ARTE, LA LETTERATURA

DAL PUNTO DI VISTA SCIENTIFICO, L'ILLUMINISMO HA PORTATO A IMPORTANTI SCOPERTE E PROGRESSI. FILOSOFI COME FRANCIS BACON E RENÉ DESCARTES HANNO PROMOSSO L'IMPORTANZA DEL METODO SCIENTIFICO

ENCYCLOPEDIE, OU DICTIONNAIRE RAISONNÉ DES SCIENCES DES ARTS ET DE MÉTIERS

(1751 – 1772) di D. Diderot e J.B.d'Alembert,





BANG

**BITS
ATOMS
NEURONS
GENES**

**300 ANNI
DOPO IL
SECOLO DEI
LUMI
IA**

**INFRASTRUTTURE
,FORMAZIONE,
INFORMAZIONE**

**PER UNA
SCIENZA
*DISRUPTIVE***

**DEMOCRAZIA
COMPUTAZIONALE ?**

IA GENERATIVA : CREA NUOVI CONTENUTI SFRUTTANDO IL *DEEP LEARNING* (*APPRENDIMENTO APPROFONDITO*) ADDESTRATI SU GRANDI SET DI DATI CONSENTENDO UNA SINCRONIZZAZIONE DI CIÒ CHE ACCADRÀ NEL VIGNETO ED IN CANTINA A PARTIRE DALLE BANCHE DATI DELLE PIATTAFORME DIGITALI ATTRAVERSO LA ROBOTICA

IA PREDITTIVA : CAPACE DI PREDIRE I PROCESSI COME IL FABBISOGNO D'ACQUA O LE DINAMICHE DELLA MATURAZIONE NEL LORO DIVENIRE ATTRAVERSO MODELLI STOCASTICI

IA INTERATTIVA : RIGUARDA L'INTERAZIONE TRA UOMO E MACCHINA CON LO SCAMBIO DI DATI, DI ESPERIENZE E DI CONOSCENZA NELLA VITICOLTURA DI PRECISIONE

IA OTTIMIZZATORE : ATTRAVERSO L'ANALISI DEI DATI E FATTORI DEL VIGNETO IN TERMINI APPLICATIVI DALL'ANALISI DEI DATI RELATIVI AL VITIGNO ,LA TEMPERATURA AMBIENTALE, ALLA DISPONIBILITÀ DI ACQUA E NUTRIENTI ,AIUTA A PREVEDERE LE CARATTERISTICHE FINALI DELL'UVA, SUGGERENDO EVENTUALI CORREZIONI AL PROCESSO PRODUTTIVO

LE APPLICAZIONI

- ***NEL MIGLIORAMENTO GENETICO DELLA VITE***
- **UTILIZZO DI UN ALGORITMO DI *MACHINE LEARNING* PER L'ANALISI PREDITTIVA DEL COMPORTAMENTO DI ALCUNI GENI IN DETERMINATE SITUAZIONI DI STRESS ED AIUTA A PREVEDERE, AD ESEMPIO, QUALI GENI SONO PIÙ IMPORTANTI PER LA SOPRAVVIVENZA DELLA PIANTA DI FRONTE A FREDDO, ASFISSIA RADICALE , SICCITÀ O PRESENZA DI PARASSITI.**
- ***NELLA VITICOLTURA DI PRECISIONE O VITICOLTURA 4.0***
- **UNA STRATEGIA DI GESTIONE AZIENDALE CHE, ATTRAVERSO L'UTILIZZO DELLE *INFORMATION TECHNOLOGIES*, ACQUISISCE DATI FINALIZZATI AD OTTIMIZZARE LA PRODUZIONE VITICOLA IN TERMINI DI QUALITÀ E QUANTITÀ TENENDO CONTO DELLE EFFETTIVE ESIGENZE DELLA COLTURA E DELLE CARATTERISTICHE BIOCHIMICHE E FISICHE DEL SUOLO**

DALLA NATURA ALLA NATURALITA'

**Solo con queste strategie di produzione
ci avviciniamo alla naturalità del vino**

**SPACE
ECONOMY**

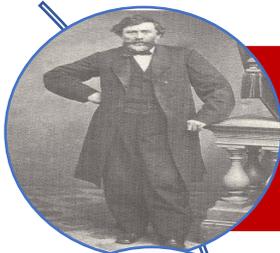
**PIATTAFOR
ME
DIGITALI**

**VITICOLTURA
DI PRECISIONE
E ZONAZIONE
DI PRECISIONE**

**MIGLIORAMEN
TO
GENETICO
PER INCROCIO**

**GENOME
EDITING**

Alcune domande



LA TRADIZIONE È SEMPRE UN'INNOVAZIONE BEN RIUSCITA?



ABBIAMO LE ALI PER VOLARE. MA ANCHE LE GAMBE PER CAMMINARE ?



ABBIAMO FATTO I CONTI CON I CONSUMATORI NEI RAPPORTI CON LA SCIENZA ?



RIUSCIRANNO LE NORMATIVE NAZIONALI E UE A CONSENTIRE UNA RAPIDA TRANSIZIONE GENETICA ?

«IL MONDO NOVO», G.B.Tiepolo,1791



E'LA MESSA IN SCENA «DELLA PRESUNZIONE E DEL LETARGO DELL'IGNORANZA»

RAPPRESENTA LA
DECADENZA DI
VENEZIA
ALL'INDOMANI DELLA
RIVOLUZIONE
FRANCESE (1789)

**LA METAFORA DELL' ANCIENT
REGIME**

IL CASOTTO

LA LANTERNA,

IL CIARLATANO

IL MONDO NUOVO DALLA
FINESTRELLA

LA FOLLA DI PERSONE GIRATE DI
SPALLE

L'IGNORATO ORIZZONTE
AZZURRO DEL MARE ,IL VERO
MONDO NUOVO CHE NESSUNO
GUARDA E CHE INVECE
PREFERISCE CERCARE NELLA
LANTERNA MAGICA
DELL'IMBONITORE :

**QUEL POPOLO SIAMO NOI,
QUANDO IGNORIAMO I
PROGRESSI DELLA SCIENZA**