Le vigne dello Schioppettino di Prepotto

Se penso che solo pochi giorni fa ero a **Prepotto**, **sui Colli Orientali del Friuli**, allora si che scatta la nostalgia…

Le mie origine friulane mi legano a quelle terre, tornarci, quando si presenta l'occasione, è sempre un vero piacere. In questo periodo autunnale poi, con i colori dei vigneti così belli, lo è ancora di più.

E' per questo che non ho proprio resistito quando l'amico **Paolo Ianna** mi ha chiesto di raggiungerlo per una *Wine Trekking Experience*.

Conoscete Paolo? Bè, nel caso in cui non avete ancora il piacere, guardatelo in questo filmato in cui l'ho ripreso mentre spiega come riconoscere un vitigno dalla forma delle sue foglie.

Durante la nostra passeggiata in vigna, Paolo ha parlato di viticoltura riferendosi in particolare all'evento appena trascorso dedicato alla promozione della cultura dello **Schioppettino di Prepotto**.

Sentiamo come è andata…

- **Paolo, per chi ancora non lo conosce ti chiedo, come dire… la "Carta d'Identità" dello Schioppettino di Prepotto.**

Cinzia. ti rispondo attingendo a piene mani da un approfondito articolo sullo Schioppettino letto sulla rivista di cultura territoriale "Tiere furlane – Terra friulana" uscito nell'Ottobre 2011 a firma di *Maria Cristina Pugnetti*, preparatissima giornalista freelance friulana.

"Lo Schioppettino, chiamato anche Ribolla nera, farebbe parte

della numerosa famiglia delle Ribolle, tutte ben radicate in Friuli: la Ribolla gialla, in friulano Ribuele, è la varietà più conosciuta, coltivata prevalentemente sui colli di levante tra le province di Udine e Gorizia; la Ribolla verde che dovrebbe corrispondere al Prosecco lungo; la Ribuele spizade, che si identifica ancora con lo stesso Prosecco lungo secondo quanto rilevato dall'esame del DNA. Infine la Ribolla nera, un vitigno coltivato sui colli orientali, tra le due province sopra nominate, e aldilà del confine, in Slovenia. La Ribolla nera ha trovato nel territorio del comune di Prepotto la zona dove riesce ad esprimersi al meglio, attraverso il vino che ne deriva, noto col nome di Schioppettino o Pòcalza in sloveno. Il grappolo è di forma piramidale alata e di buone dimensioni. Gli acini sono leggermente oblunghi. Il gusto è piuttosto piacevole, tanto da essere comunemente consumata anche a tavola."

- **Che cosa è emerso di sostanziale in queste giornate dedicate alla promozione dello Schioppettino di Prepotto?**

Siamo riusciti, nei due giorni dell'evento Schioppettino di Prepotto "UNICO PER NATURA", a divulgare l'esistenza di un vino già abbastanza conosciuto, attraverso un convegno che ne descrivesse la vita fin dalla sua comparsa. Abbiamo potuto spiegare e mostrare il "Vigneto Catalogo" realizzato nel 2005 dall'Associazione Produttori Schioppettino di Prepotto. Un vigneto che comprende tutte le varietà di questo vitigno trovate nella zona, e quindi un archivio da cui trarre orientamenti per nuovi impianti.

Una degustazione guidata di ben 16 Schioppettino di 16 diverse aziende di Prepotto, a dimostrare nel bicchiere l'impegno a realizzare un vino che riesce ad esprimere una forte personalità che emerge in ogni campione assaggiato nonostante gli indirizzi stilistici molto personalizzati. Potrei affermare che chi ha partecipato ne sia stato un po' sedotto…

- **Sappiamo bene che i trattamenti in viticoltura, in parte**

necessari, condizionano il lavoro degli operatori direttamente coinvolti nei vigneti. Ma qualcosa sta cambiando. Nei primi mesi del 2014, infatti, entreranno in vigore normative a salvaguardia della salute dei viticoltori. Paolo, a te la parola.

Da gennaio 2014 entrerà in vigore la Direttiva europea 2009/128 che regola attraverso nuovi parametri totalmente diversi dal passato, l'uso dei fitofarmaci in agricoltura. Attraverso una lungimirante e intelligente strategia si può trasformare l'applicazione della Direttiva (imposta), in una preziosa opportunità di sviluppo e di maggiore attrattività dei beni ottenuti con un tipo di agricoltura più attenta.

Sostenibilità e compatibilità sono i requisiti che devono e dovranno possedere i prodotti per conquistare o riconquistare i mercati di consumatori più attenti ed esigenti. Compatibilità a 360 gradi: ambientale, sociale e orientata ad incrementare la redditività delle aziende.