



DIPARTIMENTO DI SCIENZE AGRARIE ALIMENTARI E AMBIENTALI

CORSO DI LAUREA IN: SCIENZE E TECNOLOGIE AGRARIE

**NARRAZIONI DEL VINO NATURALE:
Studio comparativo in Italia e in Francia mediante
Q-methodology**

*NATURAL WINE NARRATIVES:
A COMPARATIVE STUDY IN ITALY AND FRANCE
USING Q-METHODOLOGY*

TIPO TESI: Sperimentale

Studente:
ALESSIA ZAGAGLIA

Relatore:
PROF. SOLFANELLI FRANCESCO

ANNO ACCADEMICO 2025-2026

Siamo di passaggio
eppure eterni
in quest'angolo
di tempo.

INDICE

ELENCO DELLE TABELLE	3
ELENCO DELLE FIGURE	4
INTRODUZIONE E SCOPO DELLA TESI	5
CAPITOLO 1 IL “VINO NATURALE”: STORIA, DEFINIZIONE, EVOLUZIONE E CONTESTO DI MERCATO.....	8
1.1 Origine e sviluppo del concetto di vino naturale.....	8
1.1.1 Le radici storiche della viticoltura naturale.....	9
1.2 Definizioni e ambiguità terminologiche	11
1.2.1 Differenze tra vino naturale, biologico e biodinamico.	12
1.2.2 Il ruolo delle associazioni di produttori	14
1.3 Pratiche produttive, tra scelte agronomiche e interventi enologici	16
1.4 Il mercato del vino naturale	19
CAPITOLO 2 IL “VINO NATURALE” NEL DIBATTITO CONTEMPORANEO	23
2.1 Il vino naturale come fenomeno culturale	23
2.1.1 Il dibattito tra sostenitori e critici	24
2.1.2 Il ruolo del linguaggio e delle definizioni nel dibattito sul vino naturale	25
CAPITOLO 3 DISEGNO DELLA RICERCA E METODOLOGICA	27
3.1 Indagine qualitativa esplorativa: finalità e scelte metodologiche.....	27
3.1.1 Progettazione del questionario e criteri di costruzione delle domande.....	28
3.2 La Q Methodology: fondamenti teorici.	30
3.2.1 Costruzione del concourse	31
3.2.2 Selezione del Q-set.....	33
3.2.3 Selezione del campione (P-set)	34
3.2.4 Domande preliminari e approfondimento post Q-sorting	37
3.3 Analisi fattoriale nella Q-methodology	38

3.3.1 La Matrice di Correlazione	39
3.3.2 Scelta del numero di fattori da mantenere	40
3.3.3 Estrazione dei fattori e interpretazione dei factor loading	41
3.3.4 Carichi fattoriali e parametri statistici dei fattori	42
3.3.5 Q-sort compositi, dichiarazioni distintive e dichiarazioni di consenso	44
CAPITOLO 4 RISULTATI E DISCUSSIONI.....	45
4.1 Risultati dell'indagine qualitativa esplorativa	45
4.2 Risultati Italiani della Q-methodology	50
4.2.1 Estrazione dei fattori emergenti	51
4.2.2 Identificazione del Fattore 1	53
4.2.3 Identificazione del Fattore 2	56
4.2.4 Identificazione del Fattore 3	59
4.2.5 Identificazione del Fattore 4	61
4.3 Risultati Francesi della Q-methodology	63
4.3.1 Identificazione dei fattori emergenti.....	64
4.3.2 Identificazione del Fattore 1	66
4.3.3 Identificazione del Fattore 2	68
4.4 Integrazione e confronto dei risultati.....	70
4.4.1 Il ruolo del contesto culturale nelle percezioni del vino naturale.	72
CONCLUSIONI.....	75
BIBLIOGRAFIA	78

ELENCO DELLE TABELLE

Tabella 1: <i>Alcune delle affermazioni del councorse</i>	32
Tabella 2: Statements distintivi del Fattore 1	53
Tabella 3: Stantements distintivi del Fattore 2	56
Tabella 4: Stantements distintivi del Fattore 3	59
Tabella 5: Stantements distintivi del Fattore 4	61
Tabella 6: Statements distintivi del Fattore 1	66
Tabella 7: Statements distintivi del Fattore 2	68

ELENCO DELLE FIGURE

Figura 1: Logo UE produzione biologica	14
Figura 2: Logo biodinamico Demeter	14
Figura 3: Etichette Vin Methode Nature	18
Figura 4: Numero locali con vini naturale 2016-2024	22
Figura 5: Griglia della distribuzione forzata.....	37
Figura 6: Risultati dell'estrazione fattoriale mediante QMethod Software.....	51
Figura 7: Grafico Screen Plot	52
Figura 8: Tabella Iperpiani	53
Figura 9: Risultati dell'estrazione fattoriale mediante QMethod Software.....	64
Figura 10: Screen Plot	65

INTRODUZIONE E SCOPO DELLA TESI

Il vino è da sempre una delle più complesse e affascinanti espressioni del rapporto tra uomo, natura e cultura. Non si parla semplicemente del risultato di una fermentazione alcolica ma del frutto della vite, che rappresenta e descrive territorio, tecnica, tradizione e visione sociale.

Il vino accompagna la società non solo come lavoro agricolo ma soprattutto come rituale, dimostrandosi mattone per la costruzione di comunità e identità dei popoli.

Qui si posiziona l'importanza dello studio storico, scientifico ed economico del mondo del vino che riflette i processi agricoli, enologici e commerciali, ma soprattutto culturali e sociali che si ritrovano alle basi del simbolismo e delle definizioni contemporanee date ai valori di autenticità, qualità e sostenibilità. Se da una parte la struttura storica della viticoltura e dell'enologia parla di radici profondamente saldate nel pensiero e nel modo di fare vino, dall'altra parte il mutamento del tessuto sociale degli ultimi decenni, legate a pressioni ambientali, climatiche e alle nuove richieste dei consumatori, hanno portato a nuove frontiere e nuovi orizzonti.

La costruzione di un consumatore informato, che sa e ha voglia di sapere, che è organo pensante di una macchina globale interconnessa e consapevole, ha portato alla richiesta di maggiore attenzione verso; la trasparenza nella produzione, la riduzione dell'impatto chimico e la sostenibilità. Questo ha favorito, negli ultimi decenni, la comparsa e la diffusione di segmenti differenziati dal punto di vista etico, produttivo e gestionale, il che ha comportato la formazione di nuovi segmenti di mercato.

Tra questi si ritrovano i "*vini naturali*", vini prodotti con tecniche che in vigna privilegiano la biodiversità e il minimo intervento chimico, e che in cantina promuovono l'eliminazione di additivi e di lieviti selezionati, sostenendo il principio del minimo intervento umano.

Tuttavia, la denominazione "*vini naturali*" comporta una serie di interrogativi tecnici, enologici e normativi.

I vini naturali sono spesso associati a valori di autenticità e rispetto per l'ambiente; tale percezione deriva in larga parte dal ridotto intervento umano nei processi produttivi, che tende a preservare l'espressione più autentica del vino. Dall'altro lato, l'assenza di regolamentazioni uniformi rende possibile l'utilizzo del termine "*naturale*" anche in modo non completamente

trasparente. Si solleva, inoltre, un quesito che riguarda la naturalità e se questa sia sempre sinonimo di qualità o se in alcuni casi possa diventare una “scusa” per deviazioni volontarie o involontarie di tipo organolettico, che sarebbero altrimenti corrette nei metodi convenzionali.

In questo panorama complesso e ancora conflittuale, la presente tesi si propone di indagare in modo sperimentale le modalità con cui produttori ed esperti del settore percepiscono i vini naturali, e come queste percezioni varino tra due contesti nazionali, l’Italia e la Francia, che presentano tradizioni enologiche profonde ma anche differenze culturali, regolamentari e di mercato.

Per perseguire tale obiettivo nella prima parte della ricerca si è scelto di esplorare il punto di vista di due esperti del settore portatori di visioni differenti e in parte contrapposte rispetto al fenomeno del vino naturale.

Tale valutazione è stata perseguita attraverso la somministrazione di un questionario semi-strutturato che ha reso possibile la raccolta di riflessioni e posizioni critiche utili a mettere in luce le principali dimensioni del dibattito contemporaneo. Questa fase esplorativa ha consentito di individuare alcune delle tematiche centrali che caratterizzano la discussione sul vino naturale, offrendo un primo quadro interpretativo delle diverse prospettive presenti nel settore.

Suddetti elementi costituiscono la base per la fase successiva della ricerca, nella quale verrà adottato un approccio metodologico più strutturato volto ad analizzare in maniera sistematica le percezioni e le rappresentazioni associate al vino naturale.

A partire dalle tematiche emerse dalle interviste agli esperti, l’analisi è stata quindi approfondita attraverso l’applicazione della *Q-Methodology*, una tecnica che permette di esplorare le opinioni contrastanti di un segmento di soggetti, classificandole e analizzandole secondo punteggi fattoriali, così da identificare visioni e pensieri differenti, al fine di comprendere meglio le strutture cognitive che si trovano alla base del dibattito sulla naturalità del vino.

La scelta di confrontare l’Italia e la Francia è motivata dalla volontà di cogliere non solo differenze tecniche o produttive, ma anche variazioni culturali e reputazioni differenti, così da comprendere se il dibattito ritrova gli stessi scontri anche di fronte a storie marcate da tradizioni distinte.

Studiare le percezioni dei vini naturali significa dunque non solo analizzare aspetti agronomici, enologici e organolettici, ma anche esplorare le dimensioni simboliche, comunicative e sociali che il vino veicola.

La ricerca qui proposta, attraverso la Q methodology, interroga le convinzioni e i valori dei soggetti coinvolti in Italia e in Francia, mettendo in evidenza come le diverse “voci” interpretino la naturalità del vino e quali priorità pongano: tutela del *terroir*, innovazione produttiva, libertà del viticoltore, chiarezza verso il consumatore, qualità sensoriale, salute, mercato internazionale. L’interazione di questi elementi consente di ricondurre il fenomeno del vino naturale a una visione più ampia: quella di una trasformazione del rapporto tra produzione agricola, consumatore finale e società.

In conclusione, questa tesi intende fornire un contributo alla comprensione del significato contemporaneo del vino naturale, integrando una rigorosa prospettiva metodologica con una riflessione sulle implicazioni sociali, culturali e territoriali del fenomeno. L’obiettivo è duplice: da un lato, offrire agli operatori del settore elementi di conoscenza circa le percezioni e i possibili ostacoli alla valorizzazione del vino naturale; dall’altro, stimolare una riflessione più ampia sul ruolo del vino nella società contemporanea non più solo come prodotto agricolo o commerciale, ma come vettore di valori, identità e relazioni. Il vino naturale, con la sua promessa di autenticità, sostenibilità e libertà produttiva, diviene così uno specchio delle tensioni tra tradizione e innovazione, tra il piacere individuale e la responsabilità sociale, tra il radicamento territoriale e l’apertura internazionale.

Capitolo 1

IL “VINO NATURALE”: STORIA, DEFINIZIONE, EVOLUZIONE E CONTESTO DI MERCATO

1.1 Origine e sviluppo del concetto di vino naturale

Nel corso degli ultimi decenni il settore vitivinicolo ha assistito alla progressiva affermazione di nuove sensibilità legate alla sostenibilità ambientale, alla valorizzazione del territorio e alla ricerca di pratiche produttive meno interventiste, e in questo contesto si è sviluppato un crescente interesse verso forme produttive che mirano a preservare l'autenticità del vino, tra queste i vini naturali rappresentano uno dei fenomeni più discussi del panorama contemporaneo.

Nonostante la crescente diffusione del termine, il vino naturale non possiede ancora una definizione giuridica univoca né a livello europeo né a livello internazionale, elemento che contribuisce alla complessità e alla natura controversa del fenomeno.

In generale, il vino naturale viene associato a una filosofia produttiva fondata sul principio della minima interventiva sia in vigneto che in cantina. Questo approccio prevede l'utilizzo di uve provenienti da viticoltura biologica o biodinamica, l'esclusione di pesticidi e fertilizzanti chimici di sintesi, l'impiego di fermentazioni spontanee tramite lieviti indigeni e una riduzione significativa degli additivi enologici.

Ad oggi, il vino naturale, rappresenta più di una semplice tecnica produttiva: esso costituisce un movimento culturale e sociale. L'interesse crescente verso prodotti percepiti come autentici, sostenibili e legati al territorio ha contribuito alla diffusione di questo fenomeno, in particolare tra i consumatori più giovani e attenti alle tematiche ambientali.

Allo stesso tempo, il vino naturale è diventato oggetto di un acceso dibattito tra produttori, enologi e critici del settore. Da un lato, i sostenitori di questo approccio evidenziano il valore della biodiversità, della sostenibilità ambientale e della maggiore espressione del *terroir*. Dall'altro lato, alcuni studiosi e professionisti del settore sottolineano i rischi legati alla stabilità microbiologica e alla variabilità qualitativa dei vini prodotti con tecniche a basso intervento.

Questa dialettica tra approcci differenti rende il vino naturale un fenomeno complesso, situato all'intersezione tra innovazione culturale, tradizione agricola e trasformazioni del mercato del vino.

1.1.1 *Le radici storiche della viticoltura naturale.*

Per parlare di vino naturale è importante approfondirne le radici storiche e culturali che ne hanno negli anni stipulato le basi teoriche del movimento.

Il vino natura nasce ancor prima che come pratica enologica come pratica filosofica, alla base del movimento naturale vi è un approccio che pone al centro il principio del non interventismo, concetto elaborato in ambito agronomico e botanico da *Masanobu Fukuoka*.

Alle basi del suo pensiero risiede il concetto teorico dell'agricoltura del "non fare", idea che la natura sia in grado di autoregolarsi e che all'uomo aspetta solo il compito di assecondarla. (*Fukuoka, 1975*)

Trasposto in ambito viticolo e nel campo dei vini naturali questo si traduce come minimo intervento in cantina e in vigna, con l'obiettivo di preservare l'integrità del frutto e l'espressione autentica del territorio.

A partire dai primi decenni del '900 e in modo più marcato nel secondo dopo guerra l'ingresso di numerose innovazioni in campo agricolo tra cui; l'utilizzo di fertilizzanti chimici e pesticidi sistemici, un approccio commerciale spinto alla produzione, una meccanizzazione intensiva e una standardizzazione produttiva, segnarono il passaggio da agricoltura tradizionale ad agricoltura industriale.

Dagli anni '60 la propensione all'industrializzazione con un metodo produttivo a larga scala portò il vino da essere un prodotto legato alla dimensione conviviale ad essere vero e proprio protagonista del mercato globale.

In questo contesto alcuni esponenti del campo riprendono in mano i pensieri e concetti legato al poco intervento, cercando di recuperare la visione più artigianale della viticoltura.

Tra i pionieri del movimento del vino naturale si ritrovano i francesi Jules Chauvet e Marcel Lapierre che promossero l'utilizzo di lieviti indigeni, la riduzione dell'aggiunta di solfiti e l'eliminazione di prodotti chimici.

Jules Chauvet, chimico ed enologo, fu tra i primi a studiare scientificamente le fermentazioni spontanee e a sostenere la vinificazione senza solfiti aggiunti. In lui convivevano la spinta rivoluzionaria in cantina e una straordinaria sensibilità degustativa, facendone uno dei palati più raffinati nel mondo del vino. Sosteneva che da vinificazioni poco manipolate si ottenevano vini più autentici e gustosi, modellati dalla natura e dal terroir e non dalla mano dell'uomo. (*Chauvet, 2008*)

Negli anni '70 Chauvet fu mentore per una nuova generazione di vignaioli attivi nel Beaujolais, tra cui Marcel Lapierre, che contribuì alla diffusione pratica di queste idee.

Seguendo l'esempio di Jules Chauvet, Marcel Lapierre intraprese una strada controcorrente rispetto alla maggior parte dei produttori dell'epoca. In vigna tornò a pratiche più tradizionali: arava i filari, lavorava i terreni senza chimica di sintesi, raccoglieva l'uva a mano e privilegiava trattamenti naturali. In cantina adottò lo stesso rigore, con una selezione accurata delle uve acino per acino e grande attenzione all'igiene, condizioni necessarie per vinificare senza solfiti aggiunti.

L'incontro con Jules Chauvet fu decisivo: Chauvet accettò di condividere con lui le proprie conoscenze e di degustare regolarmente i suoi vini. Dopo alcuni anni di progressi, nel 1984 riconobbe finalmente la qualità del suo lavoro, affermando che avrebbe voluto produrre lui stesso un vino di quel livello, sancendo così la piena riuscita del percorso intrapreso da Marcel.

(Redazione Triple "A," 2022)

Il movimento dei vini naturali rimase tuttavia per lungo tempo sottotraccia. Tra gli anni Ottanta e Novanta del Novecento il modello enologico di riferimento era molto diverso, orientato verso vini strutturati, alcolici e verso produzioni quantitativamente elevate. In Francia, soprattutto nel Beaujolais e nella Loira, alcuni vignaioli avevano già iniziato a seguire la strada indicata dai grandi maestri del naturale, sperimentando fermentazioni spontanee e un uso minimo di solfiti. In Italia, invece, queste pratiche erano ancora poco diffuse e riguardavano soltanto pochi pionieri, che solo negli anni successivi avrebbero contribuito alla nascita di un vero movimento dei vini naturali.

La svolta avviene a partire dagli anni 2000, quando la crescente attenzione verso la sensibilità ambientale e lo sviluppo di un consumatore consapevole fa emergere la necessità di nuove narrazioni proiettate verso l'artigianalità e l'autenticità del prodotto, permettendo lo sviluppo di una cultura urbana del vino alternativo.

In questo contesto si affermano associazioni e reti di produttori impegnate nella promozione e nella tutela del vino naturale, tra cui *Vinnatur* e *Vin Méthode Nature*. Realtà nate con l'obiettivo di; definire pratiche produttive condivise, valorizzare un approccio alla viticoltura e alla vinificazione basato su interventi minimi, sostenere fermentazioni spontanee e un uso molto limitato o assente di additivi enologici.

Ad oggi il comparto viticolo vede la coesistenza di più modelli produttivi estremamente differenti. In questa tesi i due modelli confrontati saranno; da una parte il metodo convenzionale e dall'altro il naturale.

Seppure, essi condividano lo stesso mercato, si basano su presupposti tecnici, culturali e ideologici differenti, il che comporta confronti accessi tra gli esperti che lavorano nei due mondi. In particolare, l'assenza di una definizione condivisa di "vino naturale" e di un quadro normativo specifico rappresenta uno dei nodi centrali della discussione contemporanea.

1.2 Definizioni e ambiguità terminologiche

A livello europeo e nazionale il termine "vino naturale" non è riconosciuto come categoria giuridica ufficiale. A differenza di altre categorie viticole ad oggi stabilmente disciplinate, il vino naturale si posiziona ad oggi più come un'espressione culturale e commerciale.

Il riferimento centrale per la regolamentazione del settore vitivinicolo nell'Unione Europea è rappresentato dal Regolamento (UE) n. 1308/2013, che stabilisce l'Organizzazione Comune dei Mercati (OCM) per i prodotti agricoli.

Recentemente è stato adottato il Regolamento (UE) 2026/471 ("Pacchetto Vino")¹, che modifica e aggiorna la disciplina precedente per rispondere alle nuove sfide del mercato e della sostenibilità.

All'interno di tale regolamento vengono disciplinati in forma dettagliata le pratiche enologiche consentite, le denominazioni d'origine (DOP, IGP), le norme di etichettatura e imbottigliamento e i meccanismi di controllo di tracciabilità.

Ne deriva, per cui, che il modello produttivo convenzionale sia basato su protocolli codificati e sostenuti da forti evidenze scientifiche nonché da normative chiare e coese in termini di produzione e certificazione. Questo garantisce standard qualitativi costanti e sicurezza alimentare che stanno a rappresentare punti di forza in termini di affidabilità del consumatore.

Dall'altra parte il mondo del vino naturale, legato ad un approccio meno interventista non dispone ancora di una certificazione riconosciuta a livello normativo.

L'assenza di tale definizione giuridica dà forma ad una zona grigia intorno ai vini naturali che alimenta i dibattiti e dà luogo a nuove posizioni contrapposte.

Da un lato vi è chi rivendica la superiorità del metodo scientificamente controllato; dall'altro chi sostiene un ritorno a pratiche considerate più autentiche e rispettose dell'ambiente e dell'identità territoriale. In questo scenario, il confronto tra le due visioni non

¹ Il regolamento (UE) 2026/471- modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013, (UE) n. 251/2014, (UE) 2021/2115 e (UE) 2024/1143 e introduce aggiornamenti sulle norme di mercato, sul sostegno al comparto vitivinicolo e ai prodotti vitivinicoli aromatizzati, nonché sull'etichettatura delle bevande spiritose, è entrato in vigore il 18 marzo 2026.

è soltanto tecnico, ma assume anche una dimensione culturale e valoriale, riflettendo differenti concezioni di qualità, trasparenza e sostenibilità nel mercato del vino contemporaneo.

Secondo Goode e Harrop (2011), autori del volume *Authentic Wine*, il dibattito intorno al vino naturale riflette le tensioni tra diversi metodi produttivi nel mondo del vino: da un lato l'enologia tecnica si orienta verso la standardizzazione e la scientificità della produzione, dall'altro la visione artigianale privilegia l'espressione del territorio e la variabilità del prodotto. (Goode & Harrop, 2011)

Proprio in questo contesto l'assenza di una definizione univoca del termine naturale rappresenta per i critici un'espressione fuorviante, in primo luogo perché ogni processo di vinificazione implica inevitabilmente un certo grado di intervento umano, ma anche perché l'assenza di una regolamentazione permette a chiunque l'utilizzo del termine senza garantire al consumatore un controllo tecnico sulla produzione. Ad oggi, dunque, quando si parla di vino naturale, si può fare affidamento solo al racconto del produttore e non si hanno canali istituzionali che ne garantiscano la reale naturalità. Dall'altra parte, per i sostenitori, la flessibilità del termine naturale, rappresenta uno degli elementi che hanno permesso l'evoluzione del movimento.

1.2.1 *Differenze tra vino naturale, biologico e biodinamico.*

Diversa è la situazione per i prodotti biologici, che rappresentano ad oggi l'unica alternativa produttiva al convenzionale.

Con il Regolamento (UE) n. 203/2012 l'Unione Europea ha introdotto per la prima volta una disciplina specifica relativa alla vinificazione biologica, definendo limiti più restrittivi sull'impiego di solfiti e stabilendo l'obbligo di certificazione da parte di organismi terzi accreditati.

Tale quadro è stato successivamente aggiornato dal Regolamento (UE) 2018/848, che ha riformato l'intero sistema europeo di produzione biologica, rafforzando i meccanismi di controllo e armonizzando le norme tra Stati membri.

Ad oggi, la viticoltura biologica esclude l'impiego di pesticidi, erbicidi, e fertilizzanti chimici di sintesi, consentendo invece l'utilizzo di sostanze di origine naturale come zolfo o rame per la difesa della vite. Anche nei processi di cantina sono previste limitazioni, tra cui

livelli massimi di anidride solforosa inferiori rispetto a quelli consentiti nella vinificazione convenzionale.²

Attualmente la certificazione biologica è rilasciata da organismi di controllo autorizzati che con verifiche periodiche disciplinano il rispetto delle norme in vigneto e in cantina. Solo i produttori che rispettano tali requisiti hanno la possibilità di vendere i propri vini come biologici, apponendo sull'etichetta la tipica foglia con stelle. (si veda Figura 1)

La produzione di vino biodinamico, invece, rappresenta un'evoluzione dell'agricoltura biologica e si basa sui principi elaborato da Rudolf Steiner nei primi decenni del Novecento.

In questo approccio il vigneto è considerato un ecosistema integrato e la pratica agricola, tra le altre cose, tiene conto dei cicli naturali e delle fasi lunari, e utilizza preparati biodinamici a base azotata e sostanze naturali per stimolare la vitalità del suolo.

(Klett, 2018)

La Biodinamica non è attualmente disciplinata da una normativa europea specifica ma esistono certificazioni private che garantiscono il rispetto dei principi biodinamici, la più diffusa è rilasciata dall'organizzazione *Demeter*. (si veda Figura 2)

Per ottenere tale certificazione, un'azienda deve innanzitutto rispettare i requisiti dell'agricoltura biologica e successivamente aderire agli standard più restrittivi previsti dal disciplinare biodinamico.

La situazione appare, quindi, completamente diversa rispetto al caso del vino naturale, che non dispone né di una definizione giuridica condivisa né di una certificazione ufficiale riconosciuta a livello legislativo.(Dubois et al., 2026)

Tuttavia, l'assenza di un quadro normativo univoco fa sì che il concetto di vino naturale rimanga principalmente legato a una filosofia produttiva e all'autoregolamentazione di associazioni di produttori, piuttosto che a un sistema di certificazione formalizzato.

Negli ultimi anni però sono nate diverse associazioni ed organizzazioni di produttori con l'obiettivo di definire i principi condivisi della produzione di vino naturale, con il ruolo di promuovere questa tipologia di prodotto offrendo ai consumatori alcune garanzie circa le pratiche adottate. Tra le più rilevanti si citano *VinNatur*, e il *Syndicat de Défense des Vins Naturels*, promotore della menzione *Vin Méthode Nature*.

² REGOLAMENTO (UE) 2018/848 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 30 maggio 2018 relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici e che abroga il regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio

Questi rappresentano tentativi significativi di strutturare e rendere più riconoscibile il movimento dei vini naturali attraverso disciplinari che rendano più chiare ai consumatori le pratiche concesse.

Figura 1: Logo UE produzione biologica



Fonte: Sito ufficiale Unione Europea

Figura 2: Logo biodinamico Demeter



Fonte: Sito ufficiale Demeter

1.2.2 Il ruolo delle associazioni di produttori

In una cornice legislativa assente, numerose associazioni di produttori hanno elaborato disciplinari privati per la produzione di “vini naturali”, tentando di colmare il vuoto regolamentativo.

Associazioni come *VinNatur* in Italia e *Vin Methode Nature* in Francia hanno definito criteri interni per la produzione di questi vini.

VinNatur, Associazione Viticoltori Naturali, nasce in Italia nel 2006 su iniziativa di un gruppo di vignaioli guidati da Angiolino Maule³, produttore veneto impegnato nella promozione di pratiche vitivinicole a basso impatto ambientale. L’associazione si pone tre obiettivi principali; ridurre l’impatto ambientale, promuovere pratiche enologiche poco interventiste e garantire controlli analitici sui vini, distinguendosi fin dall’origine per aver

³ Angiolino Maule- proprietario della cantina “La Biancara”, presidente del VinNatur

introdotto un sistema di analisi chimiche indipendenti sui vini dei soci, così da garantire uno strumento di verifica e credibilità.

VinNatur non costituisce una certificazione riconosciuta a livello legislativo europeo, ma rappresenta una forma di autoregolamentazione privata. L'associazione ha elaborato un proprio disciplinare interno che, pur non avendo valore giuridico pubblico, definisce standard produttivi condivisi tra i membri. Ogni anno l'associazione analizza a proprie spese un vino di ogni viticoltore associato. L'analisi si basa sulla ricerca di 388 principi attivi di fitofarmaci e sui livelli di anidride solforosa totale. Si cercano i pesticidi di sintesi usati contro le malattie della vite che entrano nel circolo linfatico delle piante, e conseguentemente, nel vino. Si vuole in questo modo garantire la massima salubrità e la totale assenza di pesticidi nei vini.(VinNatur, 2016)

Vin Methode Nature, invece, nasce in Francia nel 2019 dall'iniziativa di un gruppo di produttori francesi con l'obiettivo di dare una definizione più precisa del concetto naturale.

Prima della sua nascita il vino naturale in Francia, pur essendo diffuso, non aveva chiarezza produttiva lasciando spazio a incertezze e interpretazioni differenti su ciò che potesse essere o non essere naturale.

Per ovviare a queste esigenze l'associazione ha deciso di costituire un disciplinare condiviso dove vengono promosse pratiche produttive coerenti con il fine di cercare un dialogo con le istituzioni.

Il marchio *Vin Methode Nature* dal 2020 è ufficialmente riconosciuto dal Ministero dell'Agricoltura francese, diventando dunque un marchio privato regolamentato utilizzabile dai produttori rispettandone gli specifici criteri.(Alonso González et al., 2022)

La Francia ha accettato questa denominazione nel proprio sistema nazionale e permette di usarla in etichetta per i membri che rispettano i requisiti, ma ciò non equivale a un riconoscimento del vino naturale come categoria europea.

Tale associazione, seppure non riconosciuto dal Parlamento Europeo, rappresenta, però, il primo protocollo privato che fornisce criteri specifici per i vini naturali.

Tale scenario determina almeno tre ordini di criticità.

In primo rilievo emerge il tema dell'auto-certificazione; in assenza di un controllo pubblico l'attribuzione dell'etichetta "naturale" dipende unicamente dall'autodichiarazione del produttore. Questo implica la possibilità di informazioni imperfette tra produttore e consumatore. (Vecchio et al., 2021)

In secondo luogo, l'assenza di standard condivisi ha un ruolo nella credibilità del prodotto, generando incertezza nei consumatori ma anche negli operatori professionali del mondo del

vino. Contribuendo a rendere il vino naturale un campo di conflitto discorsivo. (Ballester et al., 2024)

Infine, si ritrova un ampio conflitto tra movimento ed istituzioni. Il vino “naturale” fonda le sue radici sulla critica verso la standardizzazione normativa e la tecnicizzazione del settore vitivinicolo e se da un lato l’assenza di normative può determinare una mancanza di garanzia, dall’altro viene intesa come spazio di libertà espressiva e resistenza alla sempre più intensiva omologazione dei prodotti.

Ed è proprio in questa equivocità che si stabilizzano le principali linee di frattura tra sostenitori e critici del movimento.

In prospettiva analitica, il vuoto normativo non rappresenta semplicemente una lacuna tecnica, ma costituisce uno dei nodi centrali attorno ai quali si articolano le percezioni divergenti del vino naturale

Tale dinamica aumenta il dibattito pubblico ma contribuisce a strutturare gli archetipi rappresentativi entro cui produttori, consumatori ed esperti posizionano il loro pensiero.

1.3 Pratiche produttive, tra scelte agronomiche e interventi enologici

A livello produttivo le pratiche fondamento che rispettano il principio del minimo intervento si articolano in due ambiti distinti: la gestione agronomica del vigneto e l’intervento enologico in cantina.

Dal punto di vista agronomico si osservano i metodi in cui la vite viene coltivata e inserita nell’ecosistema agricolo. La produzione di vino “naturale” si colloca generalmente all’interno di pratiche riconducibili all’agricoltura biologica o biodinamica. Queste implicano l’esclusione di fertilizzanti chimici di sintesi, erbicidi sistemici e pesticidi di natura industriale. A livello della lavorazione del suolo si prediligono lavorazioni meccaniche leggere, inerbimento controllato o sovescio che hanno l’obiettivo di mantenere la biodiversità microbica e la struttura fisico-chimica del terreno.

Come già sottolineato, le pratiche dell’agricoltura biologica in campo sono ad oggi scientificamente provate e regolamentate giuridicamente. Questa impostazione agronomica, che richiede una profonda conoscenza teorica e pratica in campo, ha effetti sulla vitalità del suolo. (VinNatur, 2016)

In vigna, dunque, il principio guida della produzione secondo metodo “naturale” è il rispetto dell’equilibrio ecosistemico.

L’arrivo delle uve in cantina si traduce nella volontà di non alterare la composizione del mosto e del vino.

Una delle differenze sostanziali rispetto alla produzione convenzionale riguarda l'utilizzo dei lieviti, organismi necessari al processo biochimico della fermentazione alcolica.

Nel modello tradizionale è prassi l'inoculo di ceppi selezionati di *Saccharomyces cerevisiae*, microrganismi fungini scelti per garantire regolarità fermentativa, prevedibilità aromatica e riduzione dei rischi microbiologici.

Saccharomyces cerevisiae viene utilizzato poiché in grado di resistere alle fermentazioni alcoliche garantendo così una sicurezza tecnica al produttore. Inoltre, ceppi selezionati permettono di esaltare specifici profili aromatici e ridurre la presenza di composti indesiderati così da garantire una costanza qualitativa tra un'annata e l'altra, prevedibilità che rappresenta un elemento forza della produzione convenzionale.

La contrapposizione con l'approccio naturale riguarda l'utilizzo del lievito, in quanto in tale produzione la fermentazione è spontanea, cioè si affida la fermentazione ai lieviti indigeni presenti sulla buccia dell'uva e nell'ambiente di cantina.

Tale processo risulta dunque più complesso e meno controllabile.

In primo luogo, intervengono spesso lieviti non-*Saccharomyces* che producono metaboliti secondari andando a contribuire alla complessità aromatica del prodotto ma che hanno minore tolleranza all'alcol il che rappresenta una minor sicurezza tecnica al completamento della fermentazione.

Successivamente intervengono lieviti *Saccharomyces cerevisiae*, responsabili della trasformazione dello zucchero in etanolo e anidride carbonica secondo la fermentazione alcolica. La mancata presenza di inoculi selezionati aumenta la variabilità del prodotto sia da un'annata all'altra che da una bottiglia all'altra.

Un altro elemento centrale è la gestione dell'anidride solforosa. Quest'ultima ha un potere antiossidante e pertanto ha un ruolo importante nell'inibizione di batteri lattici e acetici, nonché nella protezione dei composti aromatici dall'ossidazione. Nei vini naturali l'uso di solfiti è generalmente ridotto al minimo.

Secondo l'associazione *Vin Methode Nature* le etichette applicabili alle bottiglie sono di due tipi: senza solfiti aggiunti o con meno di 30mg/l di solfiti aggiunti. (si veda figura 3)

(Vin Méthode Nature, 2021)

Secondo il protocollo *VinNatur* il vino in bottiglia deve avere un quantitativo di anidride solforosa totale non superiore a 50 mg/litro per vini bianchi, frizzanti, spumanti, rosati e dolci e non superiore a 30 mg/litro per vini rossi. (VinNatur, 2016)

Figura 3: Etichette Vin Methode Nature



Fonte: Regolamentazione “Vin Methode Nature”

Per i vini convenzionali a livello europeo i limiti di solforosa sono fissati a 150mg/l per i vini rossi, 200mg/l per i bianchi e rosati e fino a 400mg/l per i vini dolci, passiti e muffati.(Commissione Europea, 2010)

La differenza sostanziale di quantitativo di solforosa, dal punto di vista chimico comporta una maggiore esposizione a fenomeni ossidativi e ad una più alta possibilità di deviazioni microbiche.

Il carattere non standardizzato dei vini prodotti con metodo naturale è, inoltre, ulteriormente accentuato dalla rinuncia di pratiche correttive come chiarifiche tramite bentonite, pratiche invasive atte ad alterare le caratteristiche intrinseche del vino e a modificarne i processi di vinificazione, ad esempio: dealcolizzazione, trattamenti termici superiori a 30°C, concentrazione tramite osmosi inversa, acidificazioni o disacidificazioni, elettrodialisi e uso di scambiatori di cationi, eliminazione dell'anidride solforosa con procedimenti fisici e micro filtrazioni.(VinNatur, 2016)

Sono permesse, invece filtrazioni con attrezzature inerti aventi pori non inferiori a 5 micrometri (micron) per vini bianchi e rosati e 10 micrometri (micron) per vini rossi, la filtrazione leggera prevede, quindi, l'utilizzo di un filtro a maglia più larga che rimuove solo le particelle più grossolane senza andare ad eliminare microrganismi o colloidali fini. In questo modo l'intervento correttivo è minimo, il vino meno pulito e meno uniforme, ma questo per i produttori naturali significa preservare la vitalità e l'autenticità del prodotto anche al costo di accettare una maggiore torbidità come espressione del terroir.

Queste differenze produttive stanno ad indicare una divergenza nella gestione del rischio e nel controllo del processo biochimico, il vino convenzionale mira alla riproducibilità e alla

stabilità mentre quello naturale all'identità produttiva, non eliminando l'intervento umano ma concependolo come accompagnatore e non come correttore. Tali concezioni opposte in termini di rapporto tra uomo, natura e tecnica contribuiscono ad ampliare il dibattito contemporaneo alimentando percezioni divergenti tra esperti e professionisti del settore.

1.4 Il mercato del vino naturale

Il mercato del vino naturale risulta, ad oggi, essere un segmento emergente e controverso all'interno del settore vitivinicolo. La sua crescita rispecchia una trasformazione dei modelli di consumo sempre più orientati verso la sostenibilità, l'autenticità e la riduzione dell'intervento tecnologico dell'uomo lungo i processi produttivi. L'espansione, tuttavia avviene in assenza di una definizione normativa condivisa, fattore che non permette di riconoscere il termine "vino naturale" ne in termini legislativi ne produttivi.

A livello quantitativo, però, il consumo appare in aumento, a livello globale si stimano circa 3.000 produttori di vino naturale, il che rappresenta un fenomeno ancora di nicchia rispetto all'industria agricola complessiva ma in continua crescita. Inoltre, l'incremento significativo del settore è osservabile nei dati che dimostrano l'aumento di locali che offrono vini naturali, numeri in aumento del 60% dal 2021 al 2024. (si veda figura 4) (Raisin, 2025)

Tale sviluppo appare in controtendenza rispetto al mercato tradizionale che nello stesso periodo ha registrato una contrazione media dei consumi pari al 9%.

Questo indica che il vino naturale sta intercettando le nuove esigenze dei consumatori inserendosi come mezzo per riportare in alto i numeri del mercato del vino.

In questo senso, il fenomeno si collega strettamente alla crescita del vino biologico: ad esempio, in Francia la quota di vigneti certificati biologici o in conversione è passata dal 6% nel 2010 al 22% circa negli anni più recenti. Questo dato evidenzia una più ampia transizione del settore verso modelli produttivi alternativi. (Raisin, 2025)

Nonostante questi elementi a favore, la letteratura evidenzia che l'assenza di una definizione condivisa del termine "naturale" genera ambiguità al consumatore e difficoltà nel posizionamento del prodotto sul mercato.

Allo stesso tempo, la riduzione degli interventi enologici può comportare una maggiore variabilità del prodotto che implica una ridotta standardizzazione, rappresentando un limite nella diffusione su larga scala.

Dunque, il mercato del vino naturale vede da un lato la crescita di un segmento innovativo, orientato alla sostenibilità, dall'altro un fenomeno ancora instabile distinto da ambiguità nella definizione e tensioni strutturali.

1.4.1 Il mercato del vino naturale in Francia

La Francia rappresenta uno dei principali punti di riferimento per il mercato del vino in generale, ma ancora di più per quello dei vini naturali. Questo a seguito del ruolo storico che il paese possiede nello sviluppo del movimento. Le prime esperienze di produzione del vino naturale sono riconducibili al territorio francese, in particolare nella regione del Beaujolais, dove a partire dagli anni Sessanta si focalizzano le pratiche produttive che hanno garantito la diffusione del fenomeno.

Ad oggi, il vino naturale in Francia rappresenta circa il 2,03% delle aziende vitivinicole con 1.536 produttori sul totale di 75.000 aziende nazionali. (Raisin, 2025)

Seppure questi numeri rappresentino una natura ancora minoritaria della tendenza, evidenziano l'esistenza di un segmento riconoscibile e in continua crescita.

Questo, legato ai numeri della viticoltura biologica suggerisce che il vino naturale si inserisce in un ampio processo di trasformazione del settore vitivinicolo verso sistemi produttivi sostenibili.

Ad oggi, il mercato del vino biologico francese ha un valore stimato di 2,4 miliardi di euro (2025) ed una previsione di crescita fino a 5,7 miliardi entro il 2033.(Grand View Horizon, 2025)

Un ulteriore elemento che rende la Francia il fulcro produttivo e culturale del vino naturale riguarda i dati legati alla distribuzione, che rendono il paese il principale mercato mondiale per questa tipologia di vino.

Il ruolo crescente dei prodotti “secondo natura” in circuiti urbani e nelle economie locali legate alla ristorazione, wine bar e bistrot dimostrano un incremento fino a 8.000 locali specializzati in vini naturali (2024) di cui 599 a Parigi. (Raisin, 2025)

Parallelamente il vino naturale si inserisce in circuiti economici alternativi, tra cui fiere specializzate e saloni dedicati che sono alla base della costruzione del valore e della reputazione dell'intero segmento contribuendo alla formazione di una comunità robusta e coesa.

Il mercato francese del vino naturale appare oggi come uno spazio in cui dimensione economica e culturale si intrecciano, e la capacità di preservare una propria identità distintiva rappresenterà un fattore cruciale per la sua evoluzione futura.

1.4.2 Il mercato del vino naturale in Italia

In Italia, il mercato del vino snaturale ha registrato, negli ultimi anni una crescita significativa, fino a rappresentare circa il 2,5% delle aziende vitivinicole, con 739 produttori su circa 30.000 aziende totali. (Raisin, 2025)

Questi dati si inseriscono in un sistema vitivinicolo in cui il paese è uno dei principali produttori ed esportatori a livello globale, in costante competizione con la Francia.

Anche in questo caso si osserva che il mercato italiano del vino mostra una sempre più crescente sensibilità verso i temi della sostenibilità, fattore che da possibilità di espansione a segmenti produttivi come il biologico, biodinamico e naturale.

Secondo Wine Monitor il 59% dei consumatori italiani considera i vini biologici di qualità superiore e il 75% attribuisce al rispetto dell'ambiente uno dei fattori di scelta all'acquisto. (Zucconi, 2017)

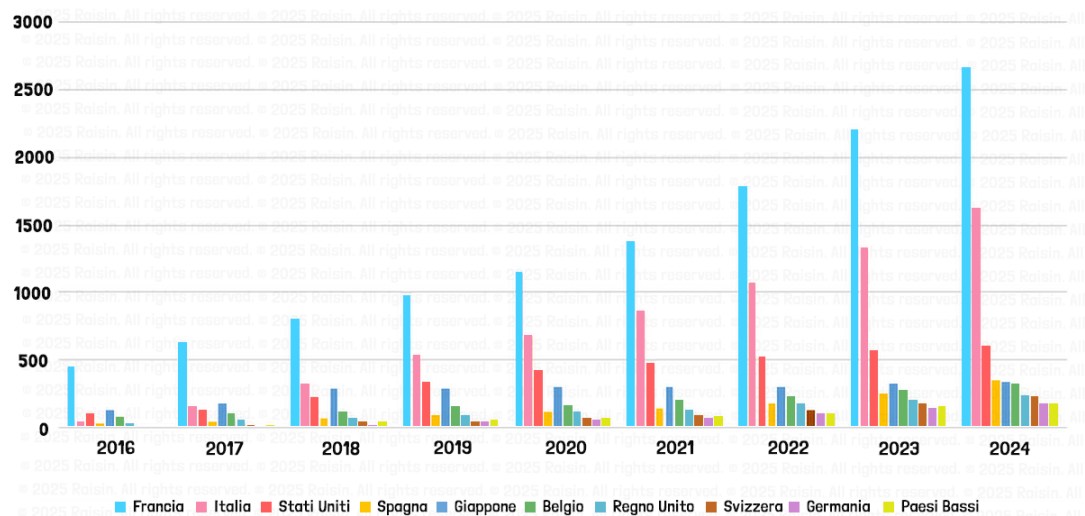
Dal punto di vista distributivo l'Italia si trova tra i primi posti a livello globale con 1.623 locali specializzati collocandosi subito dopo la Francia. In tale scenario un ruolo importante è svolto dalla città di Roma con 133 locali dedicati, rappresentando la terza città al mondo per diffusione di locali con offerta di vino naturale, sotto a Parigi e New York. (Raisin, 2025)

Nel contesto italiano un vincolo allo sviluppo di questo segmento produttivo riguarda la posizione del vino naturale rispetto al sistema delle denominazioni di origine, che in Italia hanno un ruolo centrale nella definizione di prodotti di qualità e di riconoscimento del territorio. Le pratiche produttive associate al vino naturale possono entrare in contrasto con i disciplinari dei prodotti DOC e DOCG, generando tensione tra innovazione e tradizione.

La capacità del segmento naturale di evolvere appare, dunque, legata all'abilità di integrare progressivamente la dimensione territoriale ed indipendentistica alla tradizione produttiva dei prodotti vitivinicoli italiani.

In questo contesto, due realtà come Francia ed Italia, storicamente centrali nella produzione di vino, rappresentano da un lato i principali motori di sviluppo del segmento naturale, dall'altro la forza della loro tradizione enologica costituisce un elemento di tensione dove il vino naturale si pone in scontro con modelli produttivi consolidati e con un'identità storica profondamente radicata.

Figura 4: Numero locali con vini naturale 2016-2024



Fonte: Raisin

Capitolo 2

IL “VINO NATURALE” NEL DIBATTITO CONTEMPORANEO

2.1 Il vino naturale come fenomeno culturale

È limitante considerare il vino naturale come semplice categoria produttiva o come tecnica enologica, ridurlo a questo significherebbe trascurare la dimensione più profonda in cui questo fenomeno si posiziona. Il suo ruolo a livello culturale, sociale e filosofico risulta carico di implicazioni simboliche che ne dimostrano la complessità. Il vino naturale si configura come uno spazio di elaborazione critica dove si confrontano visioni divergenti del rapporto tra natura, tecnica e cultura. In questi termini tale fenomeno culturale risulta essere dispositivo per ridefinire valori, pratiche e linguaggi.

Come osserva Roberto Frega il vino deve essere inteso come un “*prodotto culturale complesso e stratificato nel quale si intrecciano le idee riguardanti il rapporto con il mondo*”. (Frega, 2025)

Questa prospettiva permette di collocare il movimento del vino naturale in una più ampia trasformazione culturale in cui esso si pone come critica al progressivo mutamento del vino in un oggetto standardizzato, controllabile e riproducibile.

Per comprendere meglio questi fenomeni si può far riferimento ad una distinzione filosofica di origine aristotelica, ripresa da Roberto Frega nel suo libro “*Il vino post naturale*”.

Nel suo scritto Frega spiega e distingue il concetto di *techné*, *physis* e *poiesis*.

La *thechné* indica il sapere tecnico, l'insieme delle conoscenze e delle pratiche utilizzate nell'enologia moderna, in cui la produzione ha l'obiettivo di ottenere vini uniformi, capaci di rispondere alle esigenze del mercato.

Il vino naturale viene invece associato alla *physis* in cui il prodotto finale non è costruito dall'uomo ma lascia emergere l'espressione della materia vivente: uva, lieviti, territorio.

Tuttavia, questa opposizione tra *techné* e *physis* rischia di irrigidirsi e diventare una nuova forma di ideologia. (Frega, 2025)

Il rischio è che il rifiuto dell'intervento umano diventi valore assoluto trasformandosi in una regola da seguire in modo dogmatico più che una scelta da applicare in modo consapevole.

In questa tensione emerge uno degli aspetti interessanti del vino naturale, il suo ruolo non è solo quello di sostenere un ritorno alla natura, ma anche quello di mettere in discussione e ridefinire il rapporto tra natura e cultura, ma soprattutto quello di riconsiderare il significato stesso della parola “naturale”.

Il vino naturale si configura, inoltre, come movimento in grado di ridefinire le pratiche alimentari contemporanee. Non si limita a proporre un prodotto diverso, ma mette in discussione i modelli dominanti del consumo, contribuendo a ridefinire il gusto del consumatore ed orientandolo verso nuovi criteri di valore. Pierre Bourdieu, sociologo francese, autore di *“La distinzione. Critica sociale del gusto”* (1979), definisce il gusto come una categoria sociale, una forma di arma utilizzata per distinguersi.

E il consumo di vino naturale implica un posizionamento, un’aderenza all’insieme di valori che veicola, in questo senso il vino non è soltanto bevuto ma anche performato come segno di appartenenza culturale.

In questa prospettiva si inserisce perfettamente l’idea secondo cui le pratiche alimentari contribuiscono a definire chi siamo:

“Tell me what you eat: I will tell you what you are.” (Taylor, 2010)

2.1.1 *Il dibattito tra sostenitori e critici*

Il mondo enologico contemporaneo risuona del conflitto interno tra vino naturale e convenzionale, mettendo in gioco non solo le tecniche ma soprattutto le definizioni di qualità, autenticità e verità del vino.

I sostenitori del vino naturale rivendicano la necessità di ridurre al minimo l’intervento umano con il fine di permettere al vino di esprimere il proprio legame con il territorio. In quest’ottica il pensiero di Martin Heidegger, filosofo tedesco, espresso nella sua *“La questione della tecnica”* (1954) può essere utile per comprendere più a fondo la natività del dibattito.

Heidegger descrive il mondo moderno come un sistema che riduce la natura a risorsa disponibile e il vino industriale appare un esempio di questa logica, perché è prodotto attraverso processi che puntano al controllo e alla massima efficienza.

Il vino naturale tenta di costruire un rapporto diverso tra uomo e natura non più basato sulla subordinazione ma piuttosto sulla collaborazione e l’ascolto.

Questa posizione è oggetto di numerose critiche che evidenziano problemi legati alla variabilità qualitativa, alla presenza di difetti sensoriali e alla tendenza di trasformare il concetto di “naturale” in una categoria ideologica.

È vero però che il vino naturale abbia nel tempo sviluppato una sua stilistica ed una propria retorica rischiando di perdere la sua origine critica, passando da gesto sovversivo a stile riconoscibile.(Frega, 2025)

Lo scontro ad oggi aperto tra esperti risulta essere quindi un dibattito tra diversi “regimi di verità”, cioè tra modi differenti di stabilire cosa si vero e cosa valido. Da un lato il paradigma scientifico, che definisce la qualità del vino tramite criteri oggettivi con analisi chimiche, standard tecnici e controllo dei processi produttivi. Dall’altro il paradigma naturalista che misura la qualità legandola all’idea di autenticità e spontaneità, quantificando il valore del vino in base alla sua capacità di esprimere il territorio.

2.1.2 Il ruolo del linguaggio e delle definizioni nel dibattito sul vino naturale

Uno degli aspetti più rilevanti riguarda il ruolo del linguaggio sul vino naturale. Il dibattito che lo circonda è, in larga misura, un dibattito semantico che ritrova i nodi principali intorno al termine “naturale”. Questo nasconde ambiguità che costituiscono le principali fonti di forza del conflitto.

Frega parla esplicitamente di “*caos delle definizioni*” (Frega, 2025) sottolineando come il successo del termine “vino naturale” sia stato accompagnato nel tempo da una successiva perdita di precisione a riguardo. L’assenza di una definizione giuridica permette la nascita di molteplici interpretazioni che ne causano usi opportunistici, alla base delle principali tensioni discorsive.

Secondo il pensiero di Ludwig Wittgenstein, il linguaggio funziona attraverso giochi linguistici, cioè il significato di una parola non è qualcosa di fisso ma dipende dal modo in cui quella parola viene usata nei diversi contesti. (Wittgenstein,1953)

Questo applicato al caso del vino esprime come il vino naturale non possenga un significato unico ma il suo senso cambia a seconda di chi lo usa. Per un produttore può indicare l’insieme delle pratiche produttive, per un consumatore può essere indice di autenticità, per un enologo tradizionale può risultare ambiguo. Il termine non rimanda quindi ad un’essenza oggettiva ma ad una pluralità di interpretazioni.(Almeida et al., 2021)

Così il linguaggio diventa un campo di battaglia, in cui diversi attori cercano di imporre la propria definizione di ciò che significa naturale o autentico, andando a costituire un insieme di categorie che fungono da strumenti per orientare il giudizio.

Così il vino naturale ha contribuito a modificare il linguaggio del vino, introducendo nuovi termini come: “vivo”, “vibrante” o “instabile” che non descrivono solo caratteristiche sensoriali, ma aprono un nuovo approccio nell’intendere il vino e l’esperienza che esso permette di vivere. Il linguaggio non riflette il cambiamento, ma ne è parte centrale, quando cambiano le parole cambia anche il modo in cui il vino viene percepito e valutato.

Capitolo 3

DISEGNO DELLA RICERCA E METODOLOGICA

3.1 Indagine qualitativa esplorativa: finalità e scelte metodologiche

Con questo capitolo si entra nella fase empirica della ricerca, spostando l'attenzione dall'analisi teorica del fenomeno dei vini naturali alla sua osservazione diretta attraverso strumenti di indagine quanti-qualitative. È evidente la complessità del concetto di “vino naturale” e in questa sezione si illustrerà il disegno metodologico utilizzato per esplorare le diverse percezioni presenti all'interno del settore vitivinicolo.

In un contesto caratterizzato dall'assenza di definizioni, la ricerca nasce per comprendere come il vino naturale venga definito, interpretato, comunicato e percepito dai diversi attori interni al mondo del vino.

Il fenomeno dei vini naturali va indagato come costruito sociale e le risposte sono osservabili nelle pratiche discorsive e nelle esperienze raccolte dagli operatori del settore.

Si è scelto di adottare un approccio qualitativo esplorativo così da indagare in profondità i significati attribuiti dagli individui nei confronti del vino naturale, così da cogliere sfumature e dimensione del dibattito.

Alla luce di queste considerazioni la ricerca è stata progettata costruendo, come primo livello di indagine, un questionario semi strutturato costituito da domande aperte, con l'obiettivo di raccogliere opinioni e argomentazioni di esperti del settore.

Gli esperti sono stati selezionati per la loro posizione divergente rispetto al tema del vino naturale, così da isolare e mettere in luce le principali linee di tensione che attraversano il dibattito.

L'adozione di un numero limitato di interlocutori, tre, consente di far emergere valori e criteri di giudizio così da avere un dispositivo esplorativo volto ad aprire il nucleo della ricerca.

Le risposte degli esperti costituiscono dunque, un primo livello di analisi del campo semantico entro cui si ritrova il vino naturale, evidenziando le diverse interpretazioni. Da queste polarità si sviluppa il cuore del dibattito indagato successivamente in modo più articolato attraverso la *Q-methodology*.

Questo metodo di ricerca sviluppato dallo psicologo e fisico William Stephenson negli anni '30 del '900, progettato per studiare in modo sistemico la soggettività umana, osserva opinioni, atteggiamenti e punti di vista, permettendo di combinare elementi quantitativi e qualitativi (Byung S. Lee, 2017).

In questa prospettiva, il questionario semi-strutturato funge da primo strumento di accesso al campo, consentendo di raccogliere narrazioni e posizionamenti che riflettono la molteplicità dei linguaggi attribuiti al vino naturale.

Le dichiarazioni raccolte costituiscono la base conoscitiva preliminare, che costituirà il perimetro semantico del fenomeno, così da orientare le fasi successive della ricerca nel colmare la struttura già delineata.

Nei paragrafi successivi verranno approfonditi i criteri di progettazione del questionario.

3.1.1 Progettazione del questionario e criteri di costruzione delle domande

In linea con gli obiettivi della ricerca, il questionario è stato costruito adottando una struttura semi-strutturata, con domande a risposta aperta così da favorire una produzione discorsiva da parte dell'intervistato.

Il questionario è stato progettato secondo una logica progressiva, da una dimensione inizialmente descrittiva e personale verso via via livelli più analitici e valutativi.

Questo poiché si è voluto costruire un contesto in cui l'intervistato potesse esplicitare gradualmente il proprio punto di vista, evitando risposte superficiali o troppo sintetiche.

Tale approccio è utile anche perché, secondo Steinar Kvale, psicologo e metodologo norvegese, l'intervistato durante il questionario qualitativo sviluppa nuove comprensioni e significati nel corso stesso del processo dialogativo. (Kvale, 2007)

In questo senso la qualità dei dati ricevuti è guidata dalla capacità dello strumento di condurre il soggetto verso una riflessione progressiva, così da far emergere significati più complessi.

La prima sezione del questionario è dedicata al consenso informato, così da garantire trasparenza, rispetto degli obiettivi della ricerca, utilizzo dei dati e possibilità di recesso, così da assicurare tutela al partecipante.

La prima domanda riguarda il percorso professionale dell'intervistato, così da poter contestualizzare le risposte del soggetto all'interno della propria traiettoria individuale. Le opinioni, infatti, non possono essere considerate senza osservare il contesto sociale e

professionale dell'intervistato, poiché il senso della riflessione è sempre radicato nell'esperienza.

Il nucleo centrale del questionario è rappresentato dalla richiesta di definire il concetto di “vino naturale” utilizzando poche righe. In questo modo è possibile ottenere una prima rappresentazione chiara ed immediata della posizione del soggetto intervistato.

Le domande successive ampliano progressivamente il campo d'indagine, chiedendo di individuare quali caratteristiche distintive si associano al vino naturale, e quali pratiche produttive siano connesse a tale scelta enologica. Così si può osservare la presenza di eventuali divergenze tra la dimensione discorsiva e quella operativa.

Si prosegue con una domanda relativa ai vantaggi e alle criticità del vino naturale, passando ad una dimensione valutativa del dibattito, così da far emergere le principali tensioni che lo incitano. In questo modo si raccolgono argomentazioni articolate, particolarmente utili per individuare le principali linee di conflitto interpretativo.

La successiva domanda sull'evoluzione del mercato e sull'interesse dei consumatori permette di ampliare il discorso passando dal racconto produttivo a quello culturale, così da ricostruire una visione complessiva del campo.

Analogamente, la domanda che mette in relazione il vino naturale con le strategie di marketing, vuole riproporre il peso culturale del fenomeno, rendendo più evidenti la differenza tra i due approcci, in uno dei punti focali della discussione.

Si continua con domande che calzano il filone terminologico e linguistico, sottolineando il ruolo dell'assenza di una definizione ufficiale, così da esplorare il ruolo del linguaggio e delle istituzioni nel dibattito.

La domanda finale, richiede all'intervistato di aggiungere, se necessario, un pensiero riguardante argomenti non toccati nei quesiti precedenti, si vuole così lasciare spazio ad altri contenuti, permettendo di intercettare dimensioni inattese del fenomeno.

Nel complesso, il questionario vuole porsi come dispositivo esplorativo per la costruzione di un primo quadro interpretativo. In questo modo le risposte raccolte costituiscono la base conoscitiva preliminare per individuare tutte le categorie di pensiero rintracciabili nelle fasi successive della ricerca.

3.2 La Q Methodology: fondamenti teorici.

La *Q-methodology* è una metodologia di ricerca sviluppata dallo psicologo e fisico William Stephenson negli anni Trenta del Novecento con l'obiettivo di studiare in modo sistematico la soggettività umana, intesa come insieme delle opinioni, convinzioni e atteggiamenti individuali. Tale metodo nasce dalla volontà di superare alcuni limiti delle metodologie tradizionali, riconoscendo che le percezioni e le interpretazioni soggettive degli individui possano costituire una dimensione centrale nello studio della società.

La *Q-methodology* concentra la propria attenzione sulle configurazioni di pensieri condivisi tra i partecipanti, individuando, così, schemi interpretativi comuni. Tali schemi emergono dalle modalità attraverso cui gli individui attribuiscono significato ad un determinato fenomeno. (Stephenson, 1953).

Tra gli elementi distintivi di questa metodologia c'è la capacità di indagare fenomeni complessi in cui i significati attribuibili dagli individui possono dipendere da una pluralità di fattori e concezioni. Chi condivide uno stesso pensiero, può interpretarlo in modo differente in base alle proprie esperienze personali, ai propri valori, alle conoscenze pregresse o al contesto sociale di appartenenza.

Inoltre, questo approccio combina elementi qualitativi e quantitativi.

La componente qualitativa è data dalla costruzione del materiale discorsivo, mentre la componente quantitativa è rappresentata dall'analisi fattoriale applicata ai risultati. Tale integrazione metodologica consente di combinare la ricchezza interpretativa della ricerca qualitativa con il rigore analitico delle tecniche statistiche.

Secondo Watts e Stenner, la finalità della *Q-methodology* non consiste nel misurare la diffusione di una determinata opinione, ma nell'identificare strutture soggettive condivise tra gli individui che interpretano un fenomeno in modo simile (Watts & Stenner, 2012).

L'obiettivo è quindi individuare modelli di pensiero ricorrenti, senza la pretesa di produrre risultati statisticamente generalizzabili all'intera popolazione.

L'assunto fondamentale della *Q-methodology* è che la soggettività non rappresenti una fonte di errore o distorsione da eliminare, ma un elemento empiricamente osservabile e misurabile. Stephenson sosteneva, infatti, che le opinioni individuali, pur essendo soggettive, possano essere analizzate scientificamente attraverso procedure sistematiche che consentano di identificare modelli condivisi di pensiero.

Nelle metodologie statistiche tradizionali la soggettività viene in genere trattata come variabile latente, mentre nella *Q-methodology* questa costituisce l'oggetto stesso dell'analisi.

Alla luce di tali caratteristiche, nel presente studio la *Q-methodology* è stata utilizzata per analizzare le differenti percezioni relative ai vini naturali, fenomeno caratterizzato da un'elevata eterogeneità di definizioni, valori ed interpretazioni, così da osservare la complessità dei discorsi e delle tensioni interpretative.

Per raggiungere questo obiettivo, la metodologia prevede un processo articolato in diverse fasi operative tra loro strettamente connesse:

1. costruzione del *concourse*;
2. selezione del *Q-set*;
3. individuazione del campione di partecipanti (*P-set*);
4. realizzazione del Q-sort;
5. analisi fattoriale;
6. interpretazione dei fattori emersi

3.2.1 Costruzione del *concourse*

La costruzione del *concourse* rappresenta una delle fasi fondamentali della *Q-methodology*, poiché costituisce la base dell'intero processo di ricerca. In questa prima fase si definisce l'insieme delle opinioni, credenze, discorsi e argomentazioni che vengono socialmente prodotte e condivise relativamente ad uno specifico fenomeno. Vengono raccolte tutte le possibili espressioni formulate per descrivere l'oggetto di studio.

Da questo "universo discorsivo", verrà successivamente estratto il *Q-set*, cioè l'insieme delle affermazioni che saranno sottoposte ai partecipanti durante il processo di ordinamento.

In questa prima fase l'obiettivo è quello di costruire un insieme sufficientemente ampio ed eterogeneo di prospettive in grado di riflettere la complessità del dibattito esistente (Watts & Stenner, 2012).

Come sottolineano McKeown e Thomas, la qualità del *concourse* influenza direttamente la qualità dell'intera ricerca, se la raccolta delle affermazioni fosse troppo limitata o sbilanciata potrebbe escludere punti di vista rilevanti non permettendo di identificare strutture soggettive significanti.

Nel presente studio il *councourse* è stato costruito finalizzando la raccolta verso una varietà ampia di opinioni ed interpretazioni relative al tema dei vini naturali. In questo modo, la raccolta delle affermazioni è stata eseguita utilizzando fonti differenti e occupando parte importante della prima fase di analisi. Le affermazioni sono state raccolte attraverso varie fonti

tra cui; media e riviste specializzate nel settore vitivinicolo, forum online, social media, discorsi spontanei e opinioni dirette.

La scelta di utilizzare forum online e contenuti digitali ha permesso di ritrovare in tali ambienti opinioni spontanee e meno influenzate dalla presenza del ricercatore. I social media sono inoltre, ad oggi, strumenti centrali nella costruzione delle rappresentazioni sociali e nella diffusione di significati simbolici associati alle pratiche di consumo.

L'insieme iniziale di affermazioni relative ai vini naturali conteneva 117 opinioni, tale numerosità è stata intenzionalmente ricercata al fine di garantire un'elevata eterogeneità del materiale, riducendo il rischio di escludere prospettive potenzialmente rilevanti.

In questo modo è stato possibile raccogliere diverse dimensioni ricorrenti al centro del dibattito tra cui;

- autenticità del prodotto;
- naturalità ed intervento umano;
- sostenibilità ambientali;
- pratiche produttive;
- salute e benessere;
- identità culturale;
- trasparenza informativa.

Successivamente il materiale raccolto è stato sottoposto ad un processo di revisione e selezione che ha portato alla riduzione delle 117 affermazioni iniziali a 39 *statement*, utilizzati nella successiva fase di costruzione del *Q-set*. Tale processo ha permesso l'eliminazione di contenuti ridondanti e la riformulazione delle affermazioni eccessivamente lunghe o poco chiare.

Tabella 1: Alcune delle affermazioni del councorse

CITAZIONE	FONTE
<i>Questo è quello che ci piace del vino naturale, nessun vino è uguale. Ma ogni vino assomiglia al suo vignaiolo</i>	Social media
<i>Io evito i vini naturali perché, personalmente, li trovo più spesso dei flop che dei successi.</i>	Forum online Gambero Rosso
<i>Quando fatti bene possono essere assolutamente deliziosi, ma quando fatti male sono semplicemente pieni di difetti.</i>	Forum online Reddit
<i>Amo il vino naturale, odio la moda.</i>	Opinione diretta
<i>Sono rimasto costantemente sorpreso da quanto alcuni vini naturali possano invecchiare magnificamente.</i>	Social media

3.2.2 Selezione del *Q-set*

Una volta completata la costruzione del *concourse*, la fase successiva consiste nella selezione del *Q-set*, ovvero l'insieme definitivo di affermazioni che verranno sottoposte ai partecipanti durante il *Q-sorting*.

Il *Q-set* deve rappresentare in maniera sintetica ed equilibrata la varietà di posizioni presenti all'interno del *concourse*, cercando di riflettere le principali tensioni, contraddizioni e prospettive che caratterizzano il dibattito oggetto di studio. Non ha l'obiettivo di costruire un campione statisticamente rappresentativo ma piuttosto costituire uno strumento qualitativamente significativo della pluralità di discorsi esistenti (Watts & Stenner, 2012).

In questo studio, il processo di selezione del *Q-set* è stato sviluppato a partire dalle 117 affermazioni raccolte inizialmente. Tutto il materiale è stato raccolto ed organizzato mediante fogli Excel, in questo modo è stato possibile confrontare le affermazioni, individuare le sovrapposizioni e valutare la coerenza rispetto agli obiettivi della ricerca. Questo ha permesso di ridurre il numero di affermazioni a 39.

In una prima fase, tutte, sono state riportate integralmente insieme alla relativa fonte di provenienza. Questo ha permesso di mantenere traccia dell'origine del discorso e di garantire maggiore eterogeneità delle affermazioni raccolte.

Successivamente, ogni affermazione è stata sottoposta ad un processo di revisioni linguistica e concettuale finalizzato a renderle più chiare e comprensibili per i partecipanti.

In questo modo molte espressioni colloquiali, spesso eccessivamente lunghe, sono state riformulate mantenendo il significato sostanziale del discorso.

Ad esempio, l'affermazione originale;

“Ho smesso di usare il termine perché fondamentalmente non significa niente in riferimento al vino. Preferisco termini più specifici come ‘a basso intervento’ e ‘biologico’”

È stata riformulata e sintetizzata in;

“Preferisco termini come ‘a basso intervento’ o ‘biologico’ perché ‘vino naturale’ è troppo vago”.

Allo stesso modo altre informazioni sono state semplificate per eliminare ridondanze linguistiche o concettuali.

Parallelamente alla revisione linguistica, è stato effettuato un processo di selezione teorica delle affermazioni, classificando il loro orientamento discorsivo in; PRO, CONTRO, NEUTRALE. Questo passaggio ha permesso di monitorare la distribuzione delle opinioni presenti nel Q-set finale, evitando una sovra rappresentazione di specifiche posizioni.

Alcuni *stantmets* esprimevano posizioni fortemente favorevoli nei confronti del vino naturale, sottolineando valore etico, artigianale e culturale.

Come;

“Bere vino naturale è una scelta di vita: sostiene un’agricoltura etica e un artigianato consapevole”.

Altre, invece, presentavano una visione critica, mettendo in discussione chiarezza del concetto naturale, o criticandone l’utilizzo in etichetta.

“Preferirei un QR code sull’etichetta che mi mostri cosa è stato fatto nel processo produttivo, piuttosto che la parola ‘naturale’”.

Sono state, inoltre, mantenute alcune affermazioni più equilibrate o ambivalenti, utili a rappresentare posizioni intermedie e meno polarizzate del dibattito.

Tale processo di selezione ha portato alla definizione di 39 *statement* finali, numerosità ritenuta adeguata e sufficientemente ampia per rappresentare la complessità del *concourse*, ma allo stesso tempo gestibile per i partecipanti durante la fase di ordinamento.

3.2.3 Selezione del campione (P-set)

La fase successiva dell’indagine si è focalizzata sulla selezione del campione di rispondenti all’indagine. In linea con la letteratura in materia di *Q-methodology*, in questa fase della ricerca non si è voluto ottenere un campione statisticamente rappresentativo della popolazione di potenziali rispondenti, bensì un gruppo di soggetti in grado di esprimere prospettive differenti

e significative rispetto al fenomeno studiato. Assume, così, più importanza la varietà delle soggettività coinvolte piuttosto che la numerosità del campione (Watts & Stenner, 2012).

Il *P-set* è stato infatti costituito selezionando partecipanti che possiedono esperienza, conoscenza e un coinvolgimento diretto rispetto al tema della ricerca.

La scelta si è concentrata principalmente su professionisti attivi nel settore vitivinicolo in Italia e Francia, due contesti particolarmente rilevanti nello sviluppo e nella diffusione della cultura del vino naturale.

Sono stati coinvolti soggetti con diversi ruoli, includendo produttori, sommelier, operatori del settore, esperti di comunicazione del vino, enologi, e divulgatori.

La scelta di voler includere esperti provenienti da Italia e Francia è stata motivata dalla volontà di confrontare sensibilità culturali e approcci differenti rispetto al fenomeno. La Francia rappresenta, infatti, uno dei contesti storicamente più importanti nello sviluppo del movimento dei “vins naturels”, mentre l’Italia costituisce oggi uno dei mercati europei maggiormente interessati alla crescita del settore e alla diffusione di nuove pratiche produttive legate alla naturalità.

In linea con la logica della *Q-methodology* il numero di partecipanti è stato di 26 per il campione italiano e 17 per quello francese. I numeri sono adeguati, nella misura in cui hanno permesso di individuare configurazioni di pensiero condivise e differenti approcci interpretativi.

I partecipanti selezionati sono stati successivamente coinvolti nella fase di *Q-sorting*, durante la quale è stato chiesto loro di ordinare i 39 *statements* del *Q-set* lungo una distribuzione imposta, esprimendo il proprio livello di accordo e disaccordo rispetto alle affermazioni proposte.

3.2.4 Costruzione del *Q-sorting*

La fase di *Q-sorting* rappresenta il momento operativo centrale della *Q-methodology*. Durante questa procedura viene richiesto ai partecipanti di ordinare gli *statement* del *Q-set* all’interno di una griglia a distribuzione imposta, posizionando le affermazioni lungo colonne che vanno dal massimo accordo al massimo disaccordo.

Questa fase permette di rendere osservabile la soggettività individuale, trasformando opinioni e percezioni in configurazioni analizzabili statisticamente.

Il *Q-sorting* obbliga i partecipanti a confrontare simultaneamente tutti gli *statement*, stabilendo priorità e relazioni reciproche tra le diverse opinioni (Byung S. Lee, 2017).

Nel presente studio la fase di *Q-sorting* è stata realizzata attraverso il software *Q Method Software*, utilizzato per strutturare l'indagine e raccogliere le risposte dei partecipanti.

La piattaforma ha consentito di configurare una griglia simmetrica a distribuzione forzata, articolata su nove posizioni comprese tra -4 e +4.

La struttura della distribuzione è stata costruita direttamente all'interno del pannello di amministrazione del software, nella sezione dedicata al "*Q-Sort Distribution*". La griglia è stata organizzata secondo una struttura piramidale simmetrica, nella quale il numero di caselle disponibili aumentava progressivamente verso il centro della distribuzione e diminuiva agli estremi.

Questa configurazione obbliga i partecipanti a selezionare con attenzione gli *statement* ritenuti più rappresentativi del proprio punto di vista, limitando il numero di affermazioni collocabili nelle categorie estreme.

Tale struttura consente di evitare che i partecipanti attribuiscono lo stesso livello di importanza ad un numero eccessivo di affermazioni, favorendo invece la costruzione di una gerarchia soggettiva più chiara e interpretabile (Watts & Stenner, 2012).

In questo modo emergono con evidenza gli *statement* percepiti come maggiormente condivisi o maggiormente rifiutati.

Nel caso specifico della presente ricerca, i partecipanti hanno ordinato i 39 *statement* relativi ai vini naturali trascinandoli digitalmente all'interno delle diverse posizioni della griglia predisposta dal software. L'utilizzo della piattaforma digitale ha inoltre facilitato la partecipazione di esperti localizzati in differenti contesti geografici, in particolare in Italia e in Francia, permettendo una gestione più efficiente della ricerca e una raccolta dei dati omogenea.

I dati ottenuti sono stati successivamente utilizzati nella fase di analisi fattoriale, finalizzata all'identificazione delle principali configurazioni soggettive condivise rispetto al tema dei vini naturali.

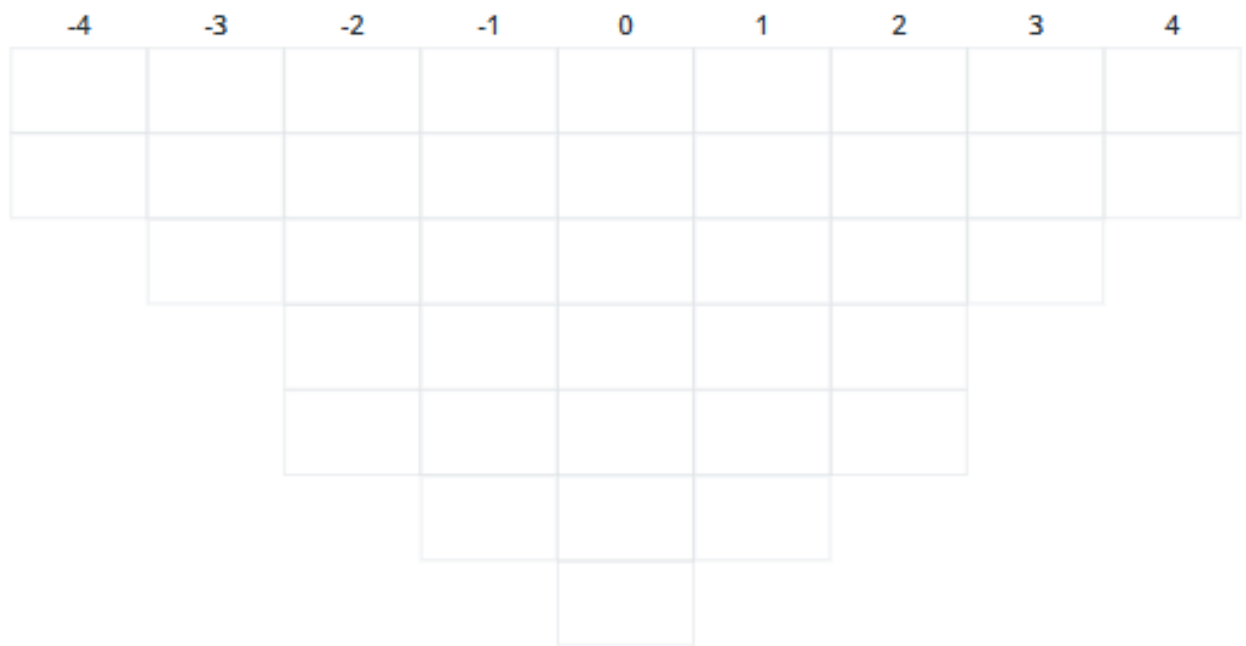


Figura 5: Griglia della distribuzione forzataFonte: *Q Method Software*

3.2.4 Domande preliminari e approfondimento post *Q-sorting*

Oltre alla fase di ordinamento degli *statement*, la ricerca ha previsto la raccolta di informazioni complementari utili ad approfondire il profilo dei partecipanti e ad interpretare in maniera più accurata i risultati emersi dal *Q-sorting*. In linea con la letteratura sulla *Q-methodology*, le informazioni raccolte prima e dopo il processo di ordinamento hanno avuto la funzione di contestualizzare le configurazioni soggettive identificate attraverso l'analisi fattoriale. (Watts & Stenner, 2012).

Prima dell'avvio del *Q-sort*, ai partecipanti è stato sottoposto un breve questionario preliminare composto da domande sociodemografiche e professionali.

Il questionario è stato costruito direttamente attraverso la piattaforma *Q Method Software*, nella sezione dedicata alle "*Survey Questions*", utilizzando differenti tipologie di risposta, tra cui menu a tendina, domande a scelta multipla e caselle di testo aperte.

Le informazioni richieste riguardavano:

- categoria lavorativa di appartenenza;
- sesso;
- anno di nascita;

-titolo di studio più elevato conseguito.

La raccolta di questi dati ha permesso di delineare il profilo generale dei partecipanti e di verificare la presenza di eventuali relazioni tra le configurazioni soggettive emerse e le caratteristiche socioprofessionali degli intervistati. Le informazioni relative alla professione risultavano particolarmente rilevanti nel presente studio, poiché il campione era costituito prevalentemente da soggetti attivi o esperti nel settore vitivinicolo.

Successivamente alla fase di *Q-sorting*, ai partecipanti sono state sottoposte ulteriori domande aperte di approfondimento qualitativo. Questa fase post-sort rappresenta un elemento frequentemente utilizzato nella *Q-methodology*, in quanto consente di integrare l'analisi quantitativa del *sorting* con spiegazioni interpretative direttamente fornite dai soggetti coinvolti (Watts & Stenner, 2012).

Nel presente studio, ai partecipanti è stato chiesto di motivare le ragioni che hanno portato alla collocazione degli *statement* nelle posizioni estreme della distribuzione, ovvero nelle categorie -4 e +4.

Le domande:

1- *“Per favore spiega perché sei PIU’ IN DISACCORDO con le due dichiarazioni che hai messo nelle caselle all’estrema SINISTRA (sotto al “-4”)”:*

2- *“Per favore spiega perché sei PIU’ D’ACCORDO con le due dichiarazioni che hai messo nelle caselle all’estrema DESTRA (sotto al “+4”)”:*

Le risposte sono state raccolte attraverso caselle di testo aperte multilinea predisposte all'interno del software. Questa scelta metodologica ha permesso ai partecipanti di esprimere liberamente le proprie motivazioni, approfondendo il significato attribuito agli *statement* ritenuti più rappresentativi o maggiormente rifiutati.

I commenti raccolti nella fase post *Q-sort* hanno fornito un supporto interpretativo fondamentale durante l'analisi dei fattori.

3.3 Analisi fattoriale nella Q-methodology

L'analisi fattoriale rappresenta il cuore della *Q-methodology*, questa fase permette di individuare strutture condivise di soggettività all'interno di un gruppo di partecipanti.

Questa pratica nasce, nel primo Novecento all'interno della psicomетria da pionieri come Charles Spearman e Louis Leon Thurstone, come tecnica finalizzata all'identificazione di dimensioni latenti così da avere costrutti osservabili che spiegano le relazioni esistenti tra le variabili analizzate.

Successivamente, William Stephenson riprese questi principi rielaborandoli e dando così origine alla *Q-methodology* come metodo scientificamente orientato allo studio scientifico della soggettività (Brown & Stephenson, 1980).

Nel caso della *Q-methodology* il principio dell'analisi fattoriale viene applicato in maniera diversa rispetto alla tradizione statistica. Se nella *R-methodology*⁴ l'analisi fattoriale viene applicata alle variabili cercando di identificare dimensioni comuni e differenze tra individui, nella *Q-methodology* l'analisi fattoriale viene applicata direttamente alle persone, vengono quindi correlati i soggetti stessi, oltre che le variabili, attraverso i loro *Q-sort* (Watts & Stenner, 2012).

Il processo analitico inizia dopo che ogni partecipante ha completato il proprio *Q-sort*, ognuno di questi rappresenta il modo in cui il campione organizza cognitivamente il tema oggetto di studio.

Il *Q-sort* non è, quindi, una semplice raccolta di opinioni isolate, ma la rappresentazione della prospettiva soggettiva.

L'obiettivo dell'analisi fattoriale è, pertanto, quello di individuare schemi condivisi di interpretazione della realtà, evidenziando gruppi di partecipanti che organizzano i contenuti proposti secondo modalità simili.

3.3.1 La Matrice di Correlazione

Il primo passaggio tecnico consiste nella costruzione della matrice di correlazione, questa permette di correlare ogni *Q-sort* con gli altri presenti nello studio, in ogni cella della matrice sarà osservabile il coefficiente di correlazione tra due persone, ad indicare la somiglianza con cui essi hanno ordinato le affermazioni.

In questo modo si osserva se due partecipanti hanno attribuito importanza alle affermazioni secondo uno schema comparabile.

La matrice di correlazione viene costruita calcolando il coefficiente di correlazione di Pearson tra tutti i *Q-sort* dei partecipanti.

⁴ *R-methodology*; l'approccio tradizionale dell'analisi fattoriale sviluppato nell'ambito della psicomетria. In questo modello, le correlazioni vengono calcolate tra variabili o item al fine di identificare dimensioni latenti comuni che spiegano le differenze tra gli individui. L'obiettivo principale consiste nello studio delle relazioni tra variabili all'interno di un campione di soggetti.

Tale coefficiente misura il grado di somiglianza tra due ordinamenti, assumendo valori compresi tra +1 e -1, valori prossimi a +1 indicano una forte concordanza tra *Q-sort*, valori prossimi a -1 una forte discordanza, mentre i valori vicino a zero indicano l'assenza di una relazione lineare significativa.

Quando due partecipanti collocano le stesse affermazioni nelle medesime aree di distribuzione, il coefficiente di correlazione assume valori vicini ad 1.

Al contrario, quando l'ordinamento delle affermazioni segue logiche differenti o opposte, la correlazione tende ad assumere valori negativi lontani da 1 (Brown & Stephenson, 1980).

Il software genera una matrice quadrata nella quale ogni riga ed ogni colonna rappresentano un partecipante, la diagonale principale della matrice contiene sempre valori unitari, poiché correla ogni soggetto a sé stesso.

Le restanti celle contengono, invece, i valori riferiti alle associazioni tra le varie coppie di *Q-sort*.

Formula di Person;

$$r = \frac{\sum (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum (X_i - \bar{X})^2 \cdot \sum (Y_i - \bar{Y})^2}}$$

In questa formula (X_i) e (Y_i) rappresentano il punteggio assegnato allo stesso *statement* da due partecipanti diversi mentre n indica il numero totale di *statement* presenti nel *Q-set*. La formula confronta i punteggi attribuiti da due partecipanti a tutti gli *statement* e restituisce un coefficiente che misura quanto il loro *Q-sort* siano simili.

La matrice costituisce il punto di partenza dell'analisi fattoriale, poiché racchiude tutte le informazioni relative alle somiglianze e alle differenze presenti nel campione.

Grazie a questa fase è possibile identificare gruppi di partecipanti che hanno schemi comuni di attribuzione del significato.

L'analisi fattoriale opera sulla matrice di correlazione cercando di individuare insiemi di partecipanti strettamente correlati tra loro (Watts & Stenner, 2012).

3.3.2 Scelta del numero di fattori da mantenere

Dopo la costruzione della matrice di correlazione e l'estrazione preliminare dei fattori, l'analisi procede con la valutazione del numero di fattori da mantenere e con la successiva rotazione fattoriale.

Queste fasi sono fondamentali perché permettono di passare da una rappresentazione puramente statistica dei dati ad una soluzione interpretabile dal punto di vista teorico (Brown & Stephenson, 1980).

Prima di determinare il numero di fattori da mantenere, è necessario considerare gli autovalori (*eigenvalues*), che rappresentano la quantità di varianza totale spiegata da ciascun fattore o componente principale. Un autovalore inferiore a 1 indica che il fattore spiega una quota di varianza inferiore a quella spiegata da una singola variabile; per questo motivo, secondo il criterio di Kaiser, vengono generalmente mantenuti solo i fattori con autovalore superiore a 1 (Kaiser, 1960).

Uno degli strumenti per valutare la struttura fattoriale è lo *Screen Plot*, introdotto da Raymond Cattell⁵.

Questo consiste in un grafico che rappresenta gli autovalori associati ai fattori estratti in ordine decrescente. L'autovalore indica la quantità di varianza spiegata da ciascun fattore, maggiore è l'autovalore maggiore sarà il contributo del fattore alla spiegazione delle relazioni presenti nella matrice di correlazione (Ledesma et al., 2015).

In questo modo è possibile osservare nel grafico una linea che inizialmente scende in modo marcato per poi proseguire con un progressivo appiattimento della curva.

Il punto in cui la curva cambia inclinazione è definito *elbow* (gomito) e rappresenta il criterio principale con cui vengono distinti i fattori sostanziali da quelli che spiegano una quota minima di varianza (Osborne, 2014).

Secondo Cattell i fattori situati prima del punto di flessione possono essere ritenuti significativi, mentre quelli successivi tendono a rappresentare varianze residuali (Cattell, 1966).

3.3.3 Estrazione dei fattori e interpretazione dei factor loading

Prima di procedere alla rotazione fattoriale si introduce il *factor loading*, ovvero il coefficiente che misura il grado di associazione tra ciascun fattore estratto e ogni individuo del *P-set*. In particolare, il *factor loading* rappresenta la correlazione tra i partecipanti e il fattore, permettendo di valutare quanto il modello di risposte del soggetto sia riconducibile a quello specifico del fattore. I valori del factor loading sono compresi tra -1 e +1: coefficienti prossimi a +1 indicano una forte correlazione tra i partecipanti e il fattore, mentre valori vicini a 0

⁵ Raymond Cattell (1905–1998); psicologo britannico-americano, noto per i suoi studi pionieristici sulla struttura della personalità e per la misurazione dell'intelligenza.

evidenziano un'associazione debole o trascurabile. Questo permette di individuare i partecipanti che caratterizzano maggiormente ciascun fattore e di distinguere quelli che, invece, presentano associazioni meno marcate. (Watts & Stenner, 2012).

Una volta individuato il numero di fattori da mantenere, si procede alla rotazione fattoriale.

In questa fase i fattori estratti inizialmente, che rappresentano una prima approssimazione delle strutture presenti nei dati, vengono trasformati geometricamente, rendono più evidenti la struttura dei dati. In questo modo è possibile osservare come ogni partecipante presenti un'associazione forte con un numero limitato di fattori e associazioni deboli con gli altri. (Watts & Stenner, 2012)

Nella *Q-methodology* la tecnica di rotazione più utilizzata è la *Varimax Rotation*, una procedura ortogonale che mantiene i fattori indipendenti tra loro e massimizza la varianza dei carichi fattoriali all'interno di ciascun fattore, favorendo una distinzione più netta tra le diverse prospettive individuate (Brown & Stephenson, 1980).

Dopo la rotazione risulta più semplice individuare quali *Q-sort* appartengono ad una specifica configurazione di significati (Brown & Stephenson, 1980).

Sebbene la metodologia Q consenta, oltre alla rotazione automatica *Varimax*, anche l'applicazione di una rotazione manuale dei fattori al fine di ottimizzarne l'interpretazione teorica, nel presente studio sono stati effettuati alcuni tentativi di rotazione manuale senza riscontrare modifiche sostanziali nella struttura fattoriale ottenuta. Considerata l'assenza di differenze significative rispetto alla soluzione prodotta dalla rotazione *Varimax*, si è ritenuto opportuno adottare quest'ultima come soluzione definitiva, senza procedere a ulteriori rotazioni manuali.

Lo *Screen Plot* e la Rotazione Fattoriale costituiscono due momenti complementari dell'analisi, il primo consente di orientare la scelta del numero di fattori da mantenere, la seconda di rendere tali fattori maggiormente interpretabili evidenziando le configurazioni di significato condivise dai partecipanti.

3.3.4 Carichi fattoriali e parametri statistici dei fattori

L'analisi prosegue con l'esame dei principali parametri statistici associati ai fattori estratti.

Tra questi si ha la classificazione degli iperpiani, questo termine indica una posizione teorica nello spazio multidimensionale definito dai fattori. Il conteggio e le percentuali degli

iperpiani, permettono, quindi, di comprendere quanti partecipanti contribuiscono alla definizione di ciascun fattore (Watts & Stenner, 2012).

Successivamente il software calcola la matrice di covarianza dei fattori, questa calcola quanto due fattori tendono a variare insieme.

Una covarianza positiva indica che i fattori presentano una certa affinità, ossia che i punti di vista da essi rappresentati condividano alcuni elementi in comune, al contrario, una covarianza ridotta sta a significare che le prospettive sono indipendenti.

Un ulteriore indicatore fornito dal software è la comunaltà, questa esprime la quota di varianza di ciascun *Q-sort*, cioè indica quanto bene il modello fattoriale rappresenti il punto di vista espresso da ciascun partecipante. Valori elevati suggeriscono che il *Q-sort* sia ben rappresentato dalla struttura fattoriale, valori bassi rappresentano che una parte della sua configurazione non viene ben spiegata dai fattori estratti.

Importanti sono anche le correlazioni tra fattori, questo valuta il grado di relazione tra le diverse prospettive, questo è importante perché le soggettività individuate non sono completamente isolate le une dalle altre. È possibile, infatti, che differenti fattori condividano alcune credenze e prospettive, in questo modo è possibile comprendere se le prospettive emerse debbano essere considerate in modo distinto oppure se possono appartenere ad uno stesso spazio discorsivo. (Watts & Stenner, 2012)

Il software presenta inoltre una sezione dedicata alle caratteristiche del fattore, in questa sezione vengono descritti le variabili di definizione, cioè il numero di *Q-sort* che contribuiscono in maniera significativa alla costruzione del fattore. Un altro indicatore è il coefficiente medio di reazione che fornisce una stima della coerenza interna della prospettiva emersa. Si cita poi l'affidabilità composta che osserva quanto sia probabile che la prospettiva individuata rifletta un modello interpretativo effettivamente presente nei dati.

Il software costruisce, poi, un *Q-sort ideale* per ciascun fattore estratto che rappresenta la configurazione di risposte tipica di un individuo appartenente a quel fattore. Per ogni *statement* vengono calcolati gli z-score, ottenuti come media ponderata delle posizioni assegnate dai partecipanti in funzione dei rispettivi *factor loading* e successivamente standardizzati.

Infine, il software stima l'errore standard e la Composite Reliability, indicatori che esprimono rispettivamente la precisione delle stime e l'affidabilità complessiva del fattore: valori elevati di *Composite Reliability* indicano fattori ben definiti e statisticamente affidabili.

3.3.5 *Q-sort compositi, dichiarazioni distintive e dichiarazioni di consenso*

L'ultima fase della *Q-methodology* consiste nell'interpretazione dei fattori individuati, il software dopo aver identificato i fattori costituisce per ciascuno di questi un *Q-sort* composito, ottenuto combinando i punteggi dei partecipanti che definiscono quel fattore.

Questo rappresenta una distribuzione ideale delle affermazioni e descrive il pensiero dei partecipanti associati ad uno specifico fattore.

Il software per facilitare l'interpretazione dei risultati identifica le dichiarazioni distintive, ossia le affermazioni che differenziano un fattore dagli altri. In questo modo è possibile osservare quali affermazioni caratterizzano ciascuna prospettiva.

Vengono individuate le dichiarazioni di consenso, che consentono di evidenziare i punti di accordo presenti all'interno del campione, le dichiarazioni condivise più importanti e quelle più insolite. In questo modo è possibile costruire una descrizione articolata del fattore che rispecchi le differenti prospettive della popolazione studiata e che renda osservabile le differenze tra un fattore e l'altro.

Le procedure descritte in questo capitolo hanno illustrato le fasi teoriche della raccolta dei dati tramite una prima indagine qualitativa seguita dall'analisi Q, questi passaggi hanno permesso di identificare varie prospettive riguardo il fenomeno dei vini naturali.

Attraverso queste analisi è stato possibile identificare le differenti modalità attraverso cui i partecipanti interpretano i temi di autenticità, sostenibilità, qualità percepita, tradizione, innovazione e pratiche produttive associate.

Tali fattori consentono di comprendere come gli esperti costruiscono e attribuiscono valore al concetto di vino naturale.

Definito il quadro metodologico e illustrati gli strumenti utilizzati, il capitolo successivo sarà dedicato all'analisi dei risultati, esaminando i fattori che sono stati individuati, così da ricostruire le diverse prospettive che abitano il termine "vino naturale".

Capitolo 4

RISULTATI E DISCUSSIONI

4.1 Risultati dell'indagine qualitativa esplorativa

L'indagine qualitativa esplorativa ha rappresentato la prima fase empirica della ricerca e ha avuto l'obiettivo di approfondire il fenomeno oggetto di studio attraverso il coinvolgimento di tre esperti.

In questo modo è stato possibile raccogliere opinioni, esperienze e riflessioni con prospettive differenti.

L'analisi delle interviste è stata condotta seguendo l'ordine delle domande proposte agli esperti, così da ricostruire le dimensioni emerse rispetto al fenomeno del vino naturale.

Dalla prima domanda, riguardante il percorso professionale degli intervistati è stato possibile osservare come il tema del vino naturale venga affrontato tramite percezioni che riflettono il percorso professionale ed esperienziale dei soggetti.

Gli esperti coinvolti presentano, infatti, profili eterogenei, coinvolgendo un sommelier e docente, un agronomo e un produttore di vini naturali. Tale diversità risulta interessante in quanto permette di osservare il fenomeno da punti di vista complementari.

La seconda domanda riguardava la definizione del concetto di vino naturale, in questo caso le risposte hanno evidenziato come il termine venga interpretato in modi differenti facendo emergere immediatamente la complessità del tema.

Il primo intervistato associa al concetto di vino naturale un'unica finalità di marketing, evidenziando una posizione fortemente critica nei confronti del termine, ritenuto più una costruzione comunicativa che una reale categoria enologica.

Il secondo esperto, agronomo, propone una definizione maggiormente orientata agli aspetti produttivi, descrivendo il vino naturale come un vino di territorio, artigianale e caratterizzato dall'impiego di minime quantità di solforosa.

Viene inoltre evidenziato come il dibattito sul vino naturale sia spesso affrontato in modo superficiale e polarizzato. La risposta del secondo intervistato riflette chiaramente la formazione scientifica e la tendenza ad osservare il tema in modo equilibrato.

Il terzo esperto, produttore di vino naturale, fornisce una definizione fortemente legata alla sua esperienza diretta. Considera il vino naturale come la più autentica espressione del territorio e dell'annata. La risposta pone l'accento sull'autenticità del prodotto e sulla filosofia produttiva che caratterizza questo approccio, riflettendo la prospettiva tipica di un produttore direttamente coinvolto nella produzione.

Alla domanda relativa alle principali caratteristiche che distinguono i vini naturali dagli altri vini, gli esperti hanno evidenziato aspetti differenti, riconducibili alle diverse esperienze professionali.

Il primo esperto, sommelier, individua come elemento distintivo una specifica filosofia produttiva orientata a ridurre gli interventi durante la vinificazione, sottolineando come tale approccio possa assumere connotazioni estreme fino a compromettere la qualità del prodotto.

L'agronomo pone, invece, l'attenzione sul rapporto tra materia prima e tecnica enologica, ritenendo che il vino naturale si distingua principalmente per una maggiore aderenza alle caratteristiche dell'uva.

Infine, il produttore di vino naturale descrive le caratteristiche distintive richiamando l'approccio artigianale e la sostenibilità delle pratiche enologiche. Egli sottolinea inoltre come i vini naturali risultino generalmente più vivi dal punto di vista aromatico e meno standardizzati rispetto ai vini convenzionali, proprio perché maggiormente influenzati dalle caratteristiche dell'annata e del territorio.

Le domande successive hanno approfondito le pratiche produttive comunemente associate ai vini naturali e le principali opportunità e criticità che queste hanno.

Il primo esperto identifica tra le pratiche produttive del vino naturale l'utilizzo di pesticidi naturali e il ricorso limitato di solfitazione. Sottolinea però come in alcuni casi la filosofia del minimo intervento venga interpretata in maniera eccessivamente radicale, arrivando a demonizzare qualsiasi intervento umano. Questa impostazione, a suo parere, rischia di lasciare eccessivo spazio alla casualità nella gestione delle operazioni di cantina con possibili ripercussioni nella qualità del vino. La sua risposta riflette una prospettiva fortemente orientata alla qualità organolettica del prodotto e alla necessità di mantenere un adeguato controllo tecnico durante il processo produttivo.

Il secondo esperto, agronomo, descrive il vino naturale come il risultato di una serie di pratiche produttive finalizzate a limitare gli interventi tecnologici. La sua attenzione si concentra principalmente sulla gestione agronomica e sull'equilibrio tra naturalità e competenza tecnica. Il partecipante evidenzia come questo modello produttivo favorisca una concezione del vigneto in cui questo sia considerato patrimonio da preservare nel tempo. Osserva, però, anche il rischio di incorrere in difetti enologici e alterazioni di percezione.

Il terzo esperto, produttore di vino naturale, individua come elementi fondamentali la coltivazione biologica o biodinamica della vite, la vendemmia manuale, l'impiego di lieviti indigeni, le fermentazioni spontanee e la riduzione al minimo degli interventi in cantina, evitando chiarifiche chimiche, filtrazioni invasive e limitando fortemente l'aggiunta di solfiti.

Il produttore richiama la maggiore sostenibilità ambientale e la valorizzazione del territorio quali principali punti di forza del modello produttivo. Le criticità vengono invece ricondotte alla maggiore variabilità tra le annate e al rischio di instabilità del prodotto.

Dopo aver approfondito gli aspetti produttivi, l'intervista si è concentrata su una dimensione maggiormente economica, analizzando l'evoluzione del mercato dei vini naturali, le motivazioni che hanno favorito il crescente interesse da parte dei consumatori e il ruolo che il termine "naturale" assume oggi come elemento di comunicazione.

Il sommelier interpreta la crescita del mercato dei vini naturali in modo critico, sostenendo che il successo di questi prodotti è stato favorito da messaggi che enfatizzano i presunti benefici salutistici dei vini naturali e dalla progressiva demonizzazione di alcune pratiche enologiche tradizionali come l'utilizzo di solforosa.

Questa comunicazione, secondo l'intervistato ha contribuito a creare una percezione distorta, inducendo il consumatore ad associare il vino naturale ad un prodotto più sano rispetto ai vini convenzionali.

In coerenza con questo egli ritiene che il crescente interesse dei consumatori sia spiegato dalla circolazione di informazioni spesso semplificate o con poche basi scientifiche e che il termine "vino naturale" sia uno strumento di marketing, capace di creare una nicchia di consumatori fortemente fidelizzati.

L'agronomo propone una visione più equilibrata, egli osserva che il mercato dei vini naturali è in crescita esponenziale, contribuendo alla diffusione di pratiche agronomiche più

sostenibili. Questo favorisce una maggior attenzione verso la gestione sostenibile del vigneto incentivando molte aziende convenzionali a adottare metodi produttivi più sostenibili.

I consumatori sempre più interessati a caratteristiche organolettiche differenti e ad una maggiore sostenibilità del prodotto permettono il successo di questo.

In questa intervista il termine “vino naturale” viene riconosciuto come nicchia di mercato dotata di una propria identità, anche se in alcuni casi viene ancora utilizzata senza comprenderne a pieno il significato.

Il produttore di vino naturale interpreta l’evoluzione del mercato come risultato di un cambiamento di preferenze da parte dei consumatori. Osserva come negli ultimi anni la domanda dei vini naturali sia cresciuta soprattutto tra i consumatori più giovani, maggiormente sensibili ai temi di sostenibilità e ambiente. Sostiene, inoltre, che il crescente interesse sia dovuto alla ricerca di prodotti percepiti come meno industriali e che possano invece esprimere l’identità del territorio.

Il termine “vino naturale” viene qui interpretato come insieme di valori condivisi da chi decide di avere una visione propria del modo in cui produrre vino, anche se talvolta viene utilizzato come leva commerciale.

Le considerazioni emerse sul ruolo del termine “vino naturale” conducono alla riflessione proposta nella domanda successiva dedicata all’eventuale esistenza di definizioni più rappresentative per questa tipologia di vino.

Il sommelier ribadisce la propria posizione critica, sottolineando che a suo parere non esiste una definizione corretta in quanto il vino è il risultato di un processo di trasformazione nel quale il ruolo dell’uomo è inevitabile.

Ritenendo, dunque che nessuna denominazione possa descrivere pienamente un prodotto che deriva sempre da un insieme di pratiche tecniche.

Il secondo esperto, agronomo, propone l’utilizzo del termine “vino artigianale” ritenendolo più rappresentativo delle caratteristiche di questa produzione.

Il terzo esperto, produttore di vino naturale, ritiene che il termine “vino naturale” sia ormai la denominazione più riconoscibile ed efficace, non emerge quindi la necessità di introdurre una terminologia alternativa.

Le ultime domande dell'intervista hanno permesso di approfondire il giudizio complessivo degli esperti, è stato richiesto da prima il ruolo dell'assenza di una definizione normativa condivisa e poi la posizione generale dell'esperto nei confronti dei vini naturali, per dare ancora più solidità alle opinioni raccolte.

Il primo esperto ritiene la mancanza di una certificazione ufficiale uno dei primi limiti del vino naturale, questo non permette di definire con precisione questa categoria produttiva contribuendo a mantenerla in una nicchia confinata di mercato destinata ai suoi sostenitori.

Tale considerazione è perfettamente coerente con la posizione espressa nel corso dell'intervista in cui il termine vino naturale viene interpretato come una costruzione comunicativa.

Di conseguenza il giudizio finale espresso dall'intervistato è fortemente negativo, egli dichiara infatti una posizione di avversione al fenomeno.

Il secondo esperto attribuisce un peso limitato all'assenza di una definizione normativa, ritenendo che questa abbia un ruolo relativamente contenuto sul mercato. La sua valutazione complessiva del fenomeno dei vini naturali è favorevole poiché considera questo movimento uno stimolo verso una viticoltura più sostenibile. Viene però ribadito che la naturalità non debba giustificare la presenza di difetti organolettici.

Il terzo esperto interpreta l'assenza di normativa in modo differente, egli osserva come questo possa ridurre la trasparenza nei confronti del consumatore ma ritiene che essa consenta ai produttori di mantenere una certa libertà delle pratiche produttive così da preservare la diversità che caratterizza il movimento dei vini naturali.

. Il produttore considera infatti il vino naturale un modello produttivo capace di valorizzare il territorio, incentivare pratiche agricole sostenibili e riportare l'attenzione sulla qualità delle materie prime, riconoscendogli un ruolo significativo nell'evoluzione contemporanea del settore vitivinicolo.

L'indagine qualitativa esplorativa ha consentito di raccogliere una pluralità di prospettive sul tema dei vini naturali, evidenziando la complessità del fenomeno e la presenza di differenti interpretazioni legate ai diversi profili professionali.

Le informazioni raccolte hanno fornito un importante contributo conoscitivo e hanno costituito la base per la costruzione del *Q-set*, garantendo che gli *statement* utilizzati fossero rappresentativi delle principali posizioni emerse.

La ricerca prosegue con l'analisi dei risultati ottenuto tramite la *Q-methodology*, finalizzata ad individuare e analizzare le diverse configurazioni di soggettività presenti quando si parla del fenomeno "vini naturali".

4.2 Risultati Italiani della Q-methodology

Conclusa la fase qualitativa esplorativa la ricerca prosegue con l'applicazione della *Q-methodology* al contesto italiano, con l'obiettivo di individuare le principali configurazioni percettive relative al fenomeno dei vini naturali.

Il campione italiano è costituito da 26 professionisti appartenenti ai principali ambiti della filiera vitivinicola. Tra i partecipanti figurano enologi, sommelier, produttori e agronomi, selezionati al fine di rappresentare competenze ed esperienze eterogenee rispetto al tema dei vini naturali. La presenza di figure professionali con ruoli differenti ha consentito di raccogliere punti di vista complementari, offrendo una visione articolata delle percezioni e delle interpretazioni del fenomeno.

Attraverso il processo di *Q-sorting* i partecipanti hanno ordinato 39 *statement* secondo il proprio livello di accordo e disaccordo così da rilevare le differenti prospettive presenti.

I dati raccolti sono stati elaborati dal software *QMethod Software* così da individuare i fattori rappresentativi con cui si interpreta il fenomeno oggetto di studio.

L'analisi è stata condotta seguendo le procedure metodologiche descritte nel capitolo precedente.

L'obiettivo di questa fase è quella di individuare gruppi di individui accomunati da una simile struttura di pensiero, così da costituire dei fattori rappresentativi che descrivono il modo in cui il partecipante ideale, appartenente a quel fattore, ordinerebbe gli *statement*.

Nei paragrafi successivi verranno presentati i risultati dell'analisi fattoriale illustrando il processo di estrazione dei fattori e l'identificazione di questi, andando poi ad analizzare i risultati del *Survey* post *Q-sorting*, utile per supportare le interpretazioni dei fattori e descrivere i profili emersi.

4.2.1 Estrazione dei fattori emergenti

L'analisi dei dati raccolti attraverso il *Q-sorting* è iniziata con l'estrazione dei fattori, processo fondamentale per individuare le principali configurazioni percettive presenti nel campione. Il software ha calcolato gli autovalori, la percentuale di varianza spiegata, e la varianza cumulativa di ciascun fattore così da consentire l'identificazione della soluzione fattoriale più rappresentativa (si veda figura 6).

Il primo fattore osservato presenta un autovalore pari a 5,12 risultando la configurazione percettiva maggiormente condivisa all'interno del campione, spiegando il 19,68% della varianza complessiva.

Il secondo fattore presenta, invece, un autovalore pari a 2,50 contribuendo a spiegare il 9,62% della varianza. Il terzo e il quarto fattore registrano autovalori pari a 1,45 e 1,41 spiegando il 5,57% e il 5,42% della varianza totale.

I quattro valori, complessivamente, spiegano il 40,30% della varianza osservata, valore considerato soddisfacente nella *Q-methodology*, dove si cerca di individuare differenti configurazioni di soggettività condivisa.

La scelta di mantenere i quattro fattori è stata supportata dal criterio Kaiser-Guttman⁶, secondo il quale vengono conservati esclusivamente i fattori caratterizzati da un autovalore superiore a 1.

Tutti e quattro i fattori selezionati dallo studio soddisfano tale requisito, nessun altro fattore estratto ha raggiunto tale soglia, confermando l'adeguatezza della soluzione a quattro fattori.

Figura 6: Risultati dell'estrazione fattoriale mediante QMethod Software.

Fonte: QMethod Software

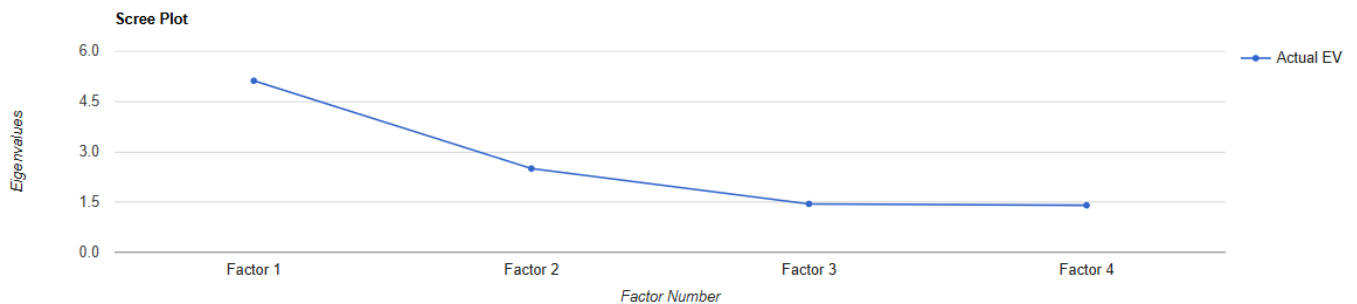
	Fattore 1	Fattore 2	Fattore 3	Fattore 4
Autovalore	5.11731	2.50215	1.44933	1.40848
% Varianza spiegata	19.68196	9.62365	5.57434	5.41724
Varianza cumulativa	19.68196	29.30561	34.87995	40.29719
La regola di Humphrey	0.62868	0.31543	0.20907	0.21453
Errore standard	0,05	0,05	0,05	0,05

⁶ Criterio Kaiser-Guttman: una delle regole empiriche più utilizzate nell'analisi fattoriale e nell'analisi delle componenti principali per determinare il numero di fattori o componenti da estrarre da un dataset.

Ulteriore conferma della scelta è stata fornita dall'analisi dello *Screen Plot*. Il grafico (si veda figura 7) evidenzia una marcata diminuzione degli autovalori tra il primo e il secondo fattore seguita da una progressiva riduzione fino al quarto fattore.

Da quest'ultimo la linea tende ad appiattirsi indicando che i fattori successivi contribuiscono in misura minore alla spiegazione della struttura percettiva.

Figura 7: Grafico Screen Plot



Fonte: *QMethod Software*

Una volta definita la soluzione fattoriale il software ha assegnato ciascun partecipante ad un fattore con il *factor loading* più elevato, in questo modo è stato possibile individuare i *Q-sort* che contribuiscono in maniera significativa alla definizione di ciascun fattore.

Dall'analisi emerge che i 26 partecipanti presentano caricamento significativo per un solo fattore, con una distribuzione non uniforme;

- 10 defining sort per il Fattore 1
- 4 defining sort per il Fattore 2
- 6 defining sort per il Fattore 3
- 6 defining sort per il Fattore 4

L'analisi degli iperpiani conferma ulteriormente la qualità dei dati ottenuti, evidenziando valori pari a 5 per il Fattore 1, 20 per il Fattore 2, 8 per il Fattore 3 e 10 per il Fattore 4 corrispondenti al 19,23%, 38,46%, 30,77% e 38,46%, dimostrando che i fattori risultano sufficientemente distinti tra loro.

Figura 8: Tabella Iperpiani

Fattore	Conteggio degli iperpiani	Percentuale di iperpiani
Fattore 1	5	19,231%
Fattore 2	10	38,462%
Fattore 3	8	30,769%
Fattore 4	10	38,462%
Totale	33	31,731%

Fonte: QMethod Software

L'estrazione fattoriale ha permesso di individuare quattro differenti configurazioni di pensiero relative al fenomeno dei vini naturali, nei paragrafi successivi i fattori verranno dapprima integrati alle informazioni raccolte tramite il *post Q-sorting survey* e poi descritti in modo dettagliato al fine di ricostruire le principali prospettive emerse.

La tabella completa dei factor loading del campione italiano, contenente l'assegnazione dei partecipanti ai rispettivi fattori, è riportata nell'Allegato B.

4.2.2 Identificazione del Fattore 1

Tabella 2: Statements distintivi del Fattore 1

26	Il termine “vino naturale” è fuorviante: fa pensare che gli altri vini siano artificiali o poco etici.
32	Il termine vino naturale è fuorviante perché suggerisce implicitamente che questi vini siano più salubri dal punto di vista chimico-fisico rispetto agli altri. In realtà, tutti i vini devono necessariamente rientrare nei limiti residuali previsti dalla normativa vigente.
5	Preferirei un QR code sull'etichetta che mi mostri cosa è stato fatto nel processo produttivo, piuttosto che la parola “naturale”.
21	“Vino naturale” è solo un termine di marketing, non ha un significato reale.
31	Il problema risiede nell'appropriazione di un concetto per costruire una nicchia commerciale all'interno di un contesto estremamente competitivo, in cui l'idea di salubrità viene utilizzata come elemento distintivo.

Il primo fattore rappresenta il profilo più condiviso all'interno del campione italiano, i partecipanti associati a questo fattore esprimono una posizione complessivamente critica nei confronti del vino naturale.

L'elemento che accomuna gli individui appartenenti a questo gruppo riguarda la terminologia che si posiziona in torno al vino naturale.

L'analisi degli *statement* collocati nelle posizioni di massimo accordo evidenzia come il principale elemento di criticità sia rappresentato dall'espressione "vino naturale".

I partecipanti attribuiscono alti punteggi alle affermazioni secondo cui tale definizione risulta fuorviante perché induce implicitamente il consumatore a ritenere che tutti gli altri vini siano artificiali.

Questo pensiero emerge anche tra gli *statement* distintivi del fattore, in cui viene sottolineato che tutti i vini commercializzati debbano rispettare i medesimi limiti normativi della legislazione vigente, per cui l'utilizzo dell'aggettivo "naturale" rischia di suggerire una maggiore qualità dal punto di vista sanitario non supportato da elementi oggettivi.

Questo gruppo non ha, però, un atteggiamento di difesa nei confronti della viticoltura convenzionale; infatti, i partecipanti riconoscono che un approccio rispettoso del territorio e della materia prima possa dare vini di maggior qualità. Viene però contestato il concetto di naturalità utilizzato come categoria definitoria, in quanto ritenuto potenzialmente fuorviante e incapace di descrivere in modo oggettivo le reali caratteristiche del prodotto.

Uno degli *statement* cita:

"Vino naturale" è solo un termine di marketing, non ha un significato reale"

Affermazione che sintetizza efficacemente la linea di pensiero caratteristica di questo fattore, i partecipanti ritengono che il vino naturale abbia progressivamente assunto una connotazione prevalentemente comunicativa perdendo la capacità di identificare una categoria produttiva.

I partecipanti che rientrano all'interno di questo fattore emergono inoltre una forte richiesta di trasparenza informativa.

Questi attribuiscono un'elevata importanza alla capacità di conoscere nel dettaglio i processi produttivi, favorendo un QR code in etichetta rispetto che l'utilizzo dell'espressione vino naturale. Questo gruppo non ricerca slogan ma informazioni tecniche che consentano una valutazione consapevole del prodotto. Di conseguenza, l'utilizzo del termine vino naturale è

percepito come uno strumento capace di influenzare il consumatore diminuendo il valore di questo prodotto ai loro occhi.

Per loro la trasparenza del processo produttivo è alla base della fiducia del consumatore.

L'analisi degli *statement* collocati nelle posizioni di massimo disaccordo offre ulteriori elementi interpretativi.

I partecipanti rifiutano, infatti, l'idea secondo cui il vino naturale debba essere apprezzato principalmente perché prodotto da piccoli vignaioli e non condividono la visione romantica che tende ad attribuire maggior valore ai piccoli produttori rispetto alle aziende di grandi dimensioni. Confermando che il criterio di valutazione privilegiato da questo gruppo non è rappresentato dalla dimensione aziendale o dalla filosofia produttiva ma dalla qualità effettiva del vino e dalla chiarezza delle informazioni fornite al consumatore.

Le risposte fornite nel questionario post *Q-sorting* confermano e rafforzano l'interpretazione di questo profilo percettivo, i partecipanti hanno espresso una critica particolarmente marcata nei confronti del concetto di vino naturale considerato una definizione prima priva di un reale fondamento tecnico e normativo.

Dalle testimonianze emerge la convinzione che tale espressione sia stata progressivamente trasformata in uno strumento comunicativo capace di influenzare la percezione del consumatore motivo per cui il termine vino naturale viene descritto come una costruzione di marketing che sfrutta la mancanza di una definizione normativa per difendere il prodotto venduto.

Inoltre, un altro elemento ricorrente è il ruolo della tecnica nella produzione del vino, i partecipanti sostengono che il rispetto del territorio non può essere trasformato in un principio ideologico che va a giustificare anche i vini caratterizzati da difetti microbiologici.

Una delle testimonianze cita:

“Nel 90% dei casi i vini "naturali" sono tutto meno che naturali, sono una tecnica di marketing non regolamentata che viene sfruttata dai "furbi" del settore per far passare come caratterizzanti dei palesi difetti tecnici che renderebbero il vino invendibile. Essere naturali non significa nulla legalmente parlando e non garantisce in nessun modo il consumatore”

Si evidenzia inoltre un forte scetticismo nei confronti dell'idea per cui il vino naturale costituisca una categoria autonoma, alcuni partecipanti dichiarano che non riconoscono l'esistenza di questa, sostenendo che il vino deve essere valutato solo sulla base della qualità del prodotto finale e non sull'etichetta con cui viene presentato.

“Non bevo vino naturale frequentemente, non la considero una categoria che dovrebbe esistere configurata come tale, il termine è estremamente fuorviante, si tratta di un prodotto del marketing vitivinicolo che gongola sull'ignoranza del consumatore e della sua apertura alle mode”

Nel complesso, il primo fattore può essere interpretato come il profilo dei critici razionali del vino naturale, soggetti che non attribuiscono nessun ruolo al termine.

Per questi partecipanti il vino deve esprimere il territorio, la competenza del produttore e la qualità della materia prima senza che queste caratteristiche siano oscurate da definizioni o messaggi fuorvianti.

Per questi soggetti il problema principale è epistemologico e comunicativo: il termine viene percepito come ambiguo, ideologico e potenzialmente ingannevole.

4.2.3 Identificazione del fattore 2

Tabella 3:Stantement distintivi del Fattore 2

9	Serve un intervento deciso per dare al vino naturale una direzione chiara e condivisa.
14	Quando è fatto bene, il vino naturale può essere delizioso. Ma se fatto male, mostra molti difetti.
36	Un vino eccessivamente costruito risulta banale; un vino difettato, invece, rimane semplicemente sgradevole.
19	Chi fa vino rispettando frutto, terra e persone può ottenere ottimi risultati. Chi segue il “dogma naturale” rischia di fallire.

Se il vino ha davvero ricevuto il messaggio del luogo, continuerà a esprimerlo nel tempo. Il prodotto industriale ha spesso finito per impoverire quel legame, producendo legalmente vini tecnicamente perfetti ma piatti e molto simili tra loro.

Il secondo fattore identifica un gruppo di partecipanti che manifesta un atteggiamento complessivamente favorevole nei confronti del vino naturale, riconoscendone i principi fondanti e il valore culturale. A differenza del profilo descritto nel fattore precedente questi soggetti non mettono in discussione l'importanza del movimento, ma emerge la volontà di superare alcune criticità che secondo la loro percezione limita la credibilità e lo sviluppo futuro di questo fenomeno. Si osservano, così, profili di individui che condividono gli obiettivi del vino naturale ma ritengono necessario renderlo più maturo, più chiaro e maggiormente strutturato.

Lo statement collocato nella posizione di massimo accordo sintetizza efficacemente questa impostazione :

"Serve un intervento deciso per dare al vino naturale una direzione chiara e condivisa."

Questa affermazione rappresenta il nucleo interpretativo dell'intero fattore, i partecipanti non vogliono un ritorno alla cultura convenzionale né una standardizzazione dei processi produttivi, ma ritengono che il movimento abbia ormai raggiunto un livello di diffusione tale da richiedere una maggior definizione dei propri principi e delle proprie modalità operative.

Questa visione è confermata dagli *statement* distintivi del fattore, i partecipanti condividono infatti l'idea che sia possibile produrre vini di elevata qualità rispettando il frutto, il territorio e il produttore.

In questa prospettiva l'obiettivo non è eliminare ogni forma di intervento umano ma trovare un equilibrio tra rispetto della materia prima e corretta gestione enologica, il fatto, ad esempio, che il sapore del vino naturale cambi da un'annata all'altra viene valutata positivamente poiché tale variabilità è percepita come una naturale conseguenza della forte relazione tra il vino e il territorio.

Gli *statement* collocati nelle posizioni di maggiore accordo rafforzano questa interpretazione, i partecipanti attribuiscono un valore elevato all'unicità di ogni bottiglia, considerata l'espressione del lavoro del vignaiolo.

Riconosco, inoltre, il ruolo svolto dal vino naturale nel promuovere un'agricoltura più etica e rispettosa dell'ambiente, nonché nel favorire un approccio alla degustazione meno convenzionale. Anche l'utilizzo di lieviti indigeni viene interpretato positivamente poiché questo ha un ruolo nell'identità territoriale del vino.

Parallelamente, questo gruppo manifesta una posizione critica nei confronti di alcuni aspetti comunicativi del movimento del vino naturale, giudicando troppo generica l'attuale denominazione che a loro parere non descrive con precisione le caratteristiche di questo modello produttivo.

Anche in questo caso le risposte raccolte attraverso il questionario post *Q-sorting* confermano l'orientamento dell'analisi fattoriale. I partecipanti riconoscono al vino naturale un importante valore agronomico, ambientale ed etico.

Ritenendolo un modello produttivo capace di valorizzare il territorio e di limitare gli interventi invasivi.

Viene evidenziato che la ricerca della stabilità e della standardizzazione ha progressivamente impoverito molti vini riducendo la complessità aromatica, mentre un approccio produttivo meno invasivo è in grado di preservare caratteristiche organolettiche più autentiche.

Allo stesso tempo emerge, però, la consapevolezza che il movimento debba affrontare alcune criticità soprattutto a livello comunicativo, i partecipanti non condividono l'idea che il vino naturale rappresenti esclusivamente una strategia di marketing ma sostengono che il termine naturale sia ambiguo e poco preciso preferendo definizioni che descrivono in maniera più oggettiva le pratiche produttive adottate come ad esempio a “basso intervento”.

“Il vino naturale rispecchia una scelta agronomica ed etica importante, non credo dunque sia solo marketing, è vero però che il termine non mi convince. Preferirei definirlo un vino con poco intervento”

Nel complesso, il secondo fattore può essere interpretato come il profilo dei riformisti del vino naturale, soggetti che condividono convintamente i valori della sostenibilità, dell'artigianalità, della centralità del territorio e della valorizzazione del lavoro dei vignaioli ma ritengono necessario correggere alcune derive emerse con la crescente diffusione del fenomeno. Auspicano un movimento più maturo e meno ideologico, immaginando

un'evoluzione del fenomeno naturale in cui autenticità e chiarezza comunicativa possono convivere e rafforzarsi reciprocamente.

4.2.4 Identificazione del Fattore 3

Tabella 4: Stantemets distintivi del Fattore 3

5	Preferirei un QR code sull'etichetta che mi mostri cosa è stato fatto nel processo produttivo, piuttosto che la parola "naturale".
3	L'utilizzo dei lieviti indigeni dovrebbe essere riconosciuto come mezzo parte integrante del terroir.
38	Se il vino ha davvero ricevuto il messaggio del luogo, continuerà a esprimerlo nel tempo. Il prodotto industriale ha spesso finito per impoverire quel legame, producendo legalmente vini tecnicamente perfetti ma piatti e molto simili tra loro.
35	Nel mondo convenzionale in molti casi si ricorre necessariamente ai lieviti selezionati, quelli che finiscono per produrre gli aromi di moda del momento.
17	È frustrante pensare che il vino naturale implichi che tutti gli altri siano "innaturali".

Il terzo fattore identifica un gruppo di partecipanti che interpreta il vino considerando esclusivamente il prodotto e la sua capacità di raccontare il territorio. Questi soggetti mostrano uno scarso interesse per il dibattito che ruota attorno al concetto divino naturale concentrando invece la propria attenzione sugli elementi che determinano l'identità del vino.

A questi non interessa la categoria alla quale il vino appartiene.

A differenza dei profili precedenti, l'attenzione di questi soggetti non si concentra né sul dibattito ideologico, che accompagna il movimento dei vini naturali, né sulla contrapposizione tra produzione convenzionale e produzione naturale. Ciò che emerge con maggiore evidenza è l'interesse per la capacità del vino di rappresentare fedelmente il lavoro del vignaiolo.

L'orientamento di questo gruppo trova una chiara espressione negli statement collocati nella posizione di massimo accordo. I partecipanti, attribuiscono il punteggio più elevato all'affermazione secondo cui sarebbe preferibile sostituire la dicitura vino naturale con un QR code. Parallelamente essi concordano che i lieviti indigeni debbano essere riconosciuti come parte integrante del terroir. Queste due affermazioni rappresentano il nucleo interpretativo del fattore, viene attribuita grande importanza agli elementi produttivi che consentono al vino di

esprimere la propria identità, il termine vino naturale in sé assume un'importanza secondaria rispetto alla conoscenza concreta delle pratiche produttive utilizzate.

Tuttavia non c'è un'accettazione incondizionata di qualsiasi vino naturale, tra gli statement distintivi compare infatti l'affermazione secondo cui;

"quando è fatto bene, il vino naturale può essere delizioso. Ma se fatto male, mostra molti difetti".

Questo evidenzia che i partecipanti mantengono una valutazione fortemente ancorata alla qualità del prodotto finale.

Il ricorso a pratiche produttive meno invasive viene considerato positivo soltanto se accompagnato da adeguate competenze tecniche e da un'attenta gestione del processo di vinificazione.

Essi mostrano una certa distanza sia dalla retorica secondo cui il vino naturale costituirebbe l'unica alternativa possibile al vino convenzionale, sia dalla contrapposizione ideologica tra i due modelli produttivi. Il vino viene considerato principalmente come un prodotto agricolo la cui qualità deve essere valutata caso per caso, evitando semplificazioni e generalizzazioni.

Le testimonianze raccolte nel questionario post *Q-sorting* permettono di identificare i partecipanti di questo fattore come fortemente interessati verso tutti gli strumenti che consentono di conoscere in maniera approfondita il vino e il suo processo produttivo.

In particolare il QR code viene interpretato sia come supporto informativo ma anche come mezzo per comprendere la filosofia del produttore e le pratiche che vengono adottate. L'attenzione non è rivolta all'etichetta naturale ma alla possibilità di ricostruire la storia del prodotto e degli elementi che ne hanno determinato l'identità.

I partecipanti richiedono maggiori informazioni sugli ingredienti e sui processi produttivi, non ricercano una nuova categoria, ma una conoscenza più approfondita del prodotto.

Una delle testimonianze:

"Trovo molto interessante il fatto che si possa mettere un QR code che mi mostri il processo produttivo del vino che andrò a bere anche perché riesco meglio ad entrare nell'ottica del produttore/vignaiolo e del terroir/zona di produzione dello stesso."

Questo fattore può essere interpretato come il profilo dei difensori dell'identità del vino, soggetti che pongono al centro della propria valutazione la capacità del vino di raccontare annata e il lavoro del produttore, attribuendo un ruolo fondamentale alle pratiche produttive e alla competenza tecnica. Questi partecipanti prendono le distanze dalle semplificazioni ideologiche, dalle promesse salutistiche e dall'utilizzo indiscriminato del termine vino naturale, ritenendo che la qualità del vino debba essere giudicata principalmente attraverso la sua capacità di esprimere fedelmente l'uva.

4.2.5 Identificazione del Fattore 4

Tabella 5: Stantements distintivi del Fattore 4

5	Preferirei un QR code sull'etichetta che mi mostri cosa è stato fatto nel processo produttivo, piuttosto che la parola "naturale".
18	Amo il vino naturale, ma non sopporto la moda che lo circonda.
4	Preferisco termini come "a basso intervento" o "biologico" perché "vino naturale" è troppo vago.
8	Il vino naturale ha rivoluzionato il modo di degustare: meno snobismo, più autenticità e sperimentazione.
14	Quando è fatto bene, il vino naturale può essere delizioso. Ma se fatto male, mostra molti difetti.

Il quarto fattore identifica un gruppo di partecipanti che manifesta una forte un forte interesse nei confronti di lui naturali e ne riconosce il valore produttivo, culturale e qualitativo. Pensa degli altri profili emersi questi soggetti hanno sviluppato un rapporto maturo con il fenomeno del vino naturale e hanno una conoscenza approfondita del movimento e delle sue evoluzioni. Sono individui che continuano a condividere la filosofia produttiva naturale pur assumendo uno sguardo maggiormente critico nei confronti delle dinamiche che negli ultimi anni si sono sviluppate attorno a questo. Questo atteggiamento è rappresentato dallo *statement* collocato nella posizione di massimo accordo;

"Amo il vino naturale, ma non sopporto la moda che lo circonda."

E racchiude la filosofia del fattore, i partecipanti non rifiutano il vino naturale ma ne apprezzano la capacità di valorizzare il territorio, la biodiversità e l'identità del produttore.

Ciò che viene criticato è la crescente spettacolarizzazione del fenomeno e la trasformazione del vino naturale in un simbolo identitario. I soggetti appartenenti a questo fattore hanno superato l'entusiasmo iniziale del fenomeno ed hanno un'esperienza maturata all'interno del movimento del vino naturale che gli permette di assumere una posizione più riflessiva, riconoscendo il contributo che il movimento ha offerto nel portare al centro temi come la sostenibilità ma allo stesso tempo ritenendo che tali principi non debbano trasformarsi in dogmi o in giustificazione di difetti produttivi.

Dalle risposte raccolte post *Q-sorting*, i partecipanti appartenenti a questo fattore hanno fatto emergere che, secondo il loro pensiero, il vino naturale non deve essere valutato in funzione dell'etichetta o del senso di appartenenza al movimento, ma sulla base delle sue caratteristiche qualitative.

Emerge una netta presa di distanza da una concezione identitaria del vino naturale in cui la scelta del prodotto viene guidata da motivazioni etiche o ideologiche.

Mentre il centro della valutazione rimane l'esperienza organolettica, un vino realizzato con competenza considerato capace di offrire una complessità è un'emozione non riscontrabile nelle produzioni convenzionali.

. I partecipanti riconoscono che il ridotto intervento in cantina contribuisca a valorizzare l'identità del vino ma ritengono altrettanto imprescindibile il mantenimento degli standard qualitativi.

“Secondo me non c'è da ragionare con l'etica o con il senso di appartenenza, a volte addirittura politico. Il centro deve essere la valutazione organolettica. Se un vino naturale è fatto bene, supera di gran lunga quella convenzionale, perché si discosta dal piattume di molti vini e dà un'emozione che molti convenzionali non mi danno più. Ma d'altra parte la "naturalità" non può giustificare molti vini che ho dovuto buttare perché totalmente difettati”

Questo atteggiamento è stato definito, prendendo spunto dal professor Roberto Frega, post naturale, il vino naturale non viene più vissuto come un'alternativa da contrapporre a quello convenzionale ma come una possibile espressione della viticoltura di qualità.

Nel complesso il quarto fattore può essere interpretato come il profilo di coloro che continuano a credere nel vino naturale ma non nella sua idealizzazione, soggetti che hanno interiorizzato i valori del movimento senza trasformarli in un'identità esclusiva mantenendo così una visione critica consapevole e disincantata.

L'analisi dei profili percettivi emersi nel campione italiano costituisce il punto di partenza per il confronto con il campione francese. È stata applicata la medesima procedura metodologica consentendo di verificare se le configurazioni dei pensieri individuate in Italia trovino riscontro anche nel contesto francese o se al contrario emergano differenti modalità di interpretazione del fenomeno dei vini naturali. Nel paragrafo che segue verranno identificati e analizzati i profili percettivi nel contesto francese.

4.3 Risultati Francesi della Q-methodology

Al termine dell'analisi sul campione italiano la stessa procedura è stata applicata ai partecipanti francesi con l'obiettivo di osservare le principali configurazioni percettive relative al vino naturale in un altro contesto nazionale.

Anche in questo caso i partecipanti hanno ordinato i 39 *statement* secondo il proprio grado di accordo o disaccordo producendo un insieme di *Q-sort* sottoposti, in fase finale, all'analisi fattoriale mediante il software *QMethod Software*.

L'analisi del campione francese è stata condotta con le stesse procedure illustrate nel capitolo metodologico e già applicate anche al campione italiano.

La matrice di correlazione costruita a partire dal *Q-sort* è stata sottoposta ad un'estrazione fattoriale mediante il metodo dei fattori centroidali, seguita dalla rotazione *Varimax*, così da individuare le principali strutture condivise di pensiero presenti all'interno del campione.

L'analisi francese assume particolare rilevanza all'interno di questo lavoro poiché la Francia rappresenta uno dei contesti storicamente più influenti nello sviluppo del movimento dei vini naturali. Il confronto con il campione italiano consente di verificare se le percezioni emerse nei due paesi siano convergenti o se riflettano differenti tradizioni culturali.

4.3.1 Identificazione dei fattori emergenti

L'analisi fattoriale applicata al campione francese ha consentito di osservare le principali configurazioni percettive presenti nel diverso contesto nazionale.

È opportuno precisare che il campione francese risulta numericamente ridotto rispetto a quello italiano, essendo costituito da 17 partecipanti, a fronte dei 25 coinvolti nelle indagini italiane.

Questa differenza è dovuta alla maggior difficoltà riscontrata nella fase di raccolta dei dati, che ha comportato un numero inferiore di *Q-sort* completati da parte dell'indagine francese.

Ciò non è stato tuttavia un limite nell'analisi poiché la *Q-methodology* non mira alla rappresentatività statistica del campione ma all'individuazione delle differenti configurazioni soggettive di pensiero presenti rispetto al fenomeno indagato.

La valutazione del numero di fattori da mantenere è stata effettuata considerando gli autovalori, la percentuale di varianza spiegata e l'andamento dello *Screen Plot*.

Dall'analisi sono emersi due fattori con autovalori superiori all'unità, rispettivamente 4,17 e 1,25, valori che soddisfano il criterio di Kaiser-Guttman. Il primo fattore spiega il 24,56% della varianza totale mentre il secondo fattore spiega il 7,38% determinando una varianza cumulativa pari al 31,95%.

Figura 9: Risultati dell'estrazione fattoriale mediante QMethod Software.

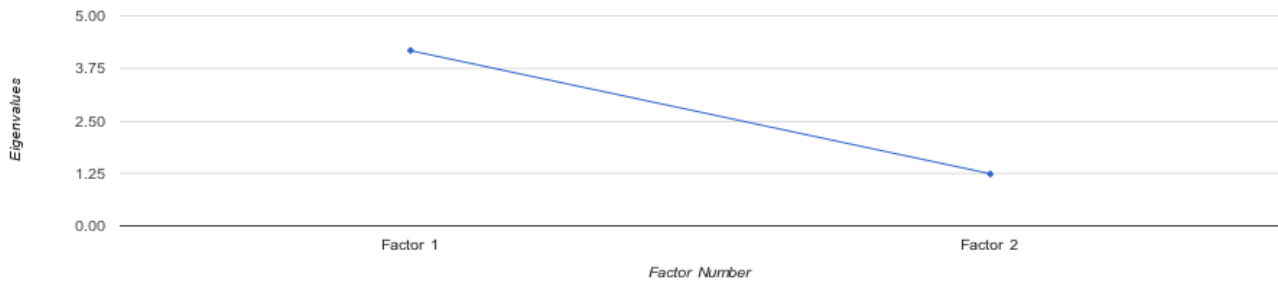
	Fattore 1	Fattore 2
Autovalore	4,17633	1,25603
% Varianza spiegata	24,56662	7,38839
Varianza cumulativa	24,56662	31,95501
La regola di Humphrey	0,56058	0,2221
Errore standard	0,05	0,05

Fonte: QMethod Software

Anche lo Screen Plot conferma tale soluzione.

Il grafico evidenzia una marcata diminuzione dell'autovalore tra il primo e il secondo fattore seguita da un appiattimento della curva, indicando che i fattori successivi apporterebbero un contributo ridotto alla spiegazione della variabilità del campione.

Figura 10: Screen Plot



Fonte: QMethod Software

Anche la regola di Humphrey⁷ supporta la soluzione individuata evidenziando valori compatibili con il mantenimento di entrambi i fattori.

L'analisi dei carichi fattoriali ha successivamente consentito di attribuire ciascun *Q-sort* al fattore con il quale presentava la correlazione più elevata, sono stati individuati 11 *Q-sort* definenti per il primo fattore e 3 definenti per il secondo.

Questi rappresentano i partecipanti che contribuiscono in maniera significativa alla definizione delle due configurazioni percettive.

La tabella completa dei factor loading del campione francese, contenente l'assegnazione dei partecipanti ai rispettivi fattori, è riportata nell'Allegato C.

⁷ Regola di Humphrey; è un criterio statistico utilizzato nella Q Methodology per determinare quali siano significativi e debbano essere mantenuti nell'analisi finale.

4.3.2 Identificazione del Fattore 1

Tabella 6: Statements distintivi del Fattore 1

8	Le vin naturel a révolutionné la façon de déguster : moins de snobisme, plus d'authenticité et d'expérimentation.
25	Il est injuste d'ignorer le concept de vin naturel, surtout parce que de nombreux grands vins vendus comme conventionnels le sont en réalité.
3	L'utilisation des levures indigènes devrait être reconnue comme faisant partie intégrante du terroir.
7	Ceux qui travaillent dans le vin conventionnel devraient s'interroger sur le déclin de leur marché, au lieu de critiquer le segment du vin naturel en croissance.
1	Boire du vin naturel est un choix de vie : cela soutient une agriculture éthique et un artisanat conscient.

Il primo fattore identifica un gruppo di partecipanti che attribuisce al vino naturale un valore profondamente culturale.

Questi considerano il fenomeno oggetto di studio, l'espressione più autentica del territorio, del lavoro dei vignaioli e della tradizione vitivinicola.

A differenza di quanto emerso in parte del campione italiano questi soggetti non percepiscono il vino naturale come una categoria problematica o da migliorare bensì come un modello produttivo capace di dare al vino la propria identità. La naturalità viene interpretata come un valore positivo, strettamente connesso alla valorizzazione del terroir e al rifiuto di un approccio industrializzato.

L'orientamento di questo gruppo emerge dagli stuntmen collocati nelle posizioni di massimo accordo, dove i partecipanti condividono l'idea che il vino naturale abbia rivoluzionato in modo di degustare il vino andando a favorire un approccio più autentico e meno legato allo snobismo.

Tra le dichiarazioni più rappresentative troviamo:

“Il vino naturale ha rivoluzionato il modo di degustare: meno snobismo, più autenticità e sperimentazione.”

Allo stesso tempo, altra importanza è data all'utilizzo dei lieviti indigeni considerati parte integrante del terroir e fondamentali per consentire al vino di esprimere la propria origine.

“L'utilizzo dei lieviti indigeni deve essere riconosciuto come parte integrante del terroir”

Inoltre, è interpretata in modo positivo anche la variabilità delle bottiglie, considerata un elemento di valore poiché riflette le caratteristiche di ogni annata.

Nelle risposte raccolte attraverso il questionario post *Q-sorting* i partecipanti descrivono il vino naturale come una scelta impegnata che richiede competenze e responsabilità.

Il termine vino naturale non viene percepito come un'etichetta ma come definizione che è capace di rappresentare coerentemente la filosofia produttiva.

Una testimonianza cita:

“Il vino prodotto secondo metodi naturali rappresenta un impegno verso un approccio produttivo che può rivelarsi particolarmente complesso e rischioso, sia dal punto di vista economico sia sotto il profilo delle caratteristiche organolettiche del vino. Per questo motivo, il termine «vino naturale» definisce in modo appropriato sia il quadro di riferimento sia il gesto produttivo che ne caratterizza la realizzazione.”

Inoltre, l'osservazione delle dichiarazioni dimostra che il processo di istituzionalizzazione che il movimento sta vivendo in Francia, con la definizione elaborata dal *Syndicat de Défense des Vins Méthode Nature*, costituisce un'importante passo verso una maggiore chiarezza per il consumatore e quindi una miglior comprensione delle pratiche produttive.

A differenza di quanto osservato nel campione italiano, in cui il termine viene naturale viene frequentemente messo in discussione, questi soggetti danno valore all'esistenza di una definizione condivisa che rafforza l'identità del movimento.

“La definizione elaborata dal Syndicat de Défense des Vins Méthode Nature, in accordo con lo Stato francese, costituisce oggi l'unica definizione europea che disciplina la produzione di questa tipologia di vino. Ciò dovrebbe consentire ai consumatori di comprenderne meglio le caratteristiche, i principi e le implicazioni.”

Inoltre, emerge una forte dimensione storica attribuita al vino naturale, secondo i partecipanti questo rappresenta una riscoperta delle pratiche agricole precedenti alla

rivoluzione industriale e viene quindi interpretato come un recupero delle tradizioni produttive.

Nel complesso il primo fattore può essere interpretato come il profilo degli autentici, soggetti che vedono nel vino naturale l'espressione più autentica del territorio e della cultura vitivinicola dando valore non solo al prodotto finale ma a tutta la filosofia che guida questa produzione. I soggetti appartenenti a questo fattore hanno un'adesione profonda e consapevole al movimento, sostenuta dalla convinzione che il vino naturale rappresenti lo strumento per trasmettere cultura e rafforzare il legame tra il consumatore e il territorio.

4.3.3 Identificazione del Fattore 2

Tabella 7: Statements distintivi Fattore 2

7	Ceux qui travaillent dans le vin conventionnel devraient s'interroger sur le déclin de leur marché, au lieu de critiquer le segment du vin naturel en croissance.
14	Lorsqu'il est bien fait, le vin naturel peut être délicieux. Mais lorsqu'il est mal fait, il présente de nombreux défauts
1	Boire du vin naturel est un choix de vie : cela soutient une agriculture éthique et un artisanat conscient.
23	Il n'y a rien de naturel dans le vin : c'est un produit culturel, pas de la nature.
39	Je ne comprends pas pourquoi ceux qui n'utilisent pas de chimie doivent être certifiés. Ce devrait être l'inverse : ceux qui utilisent d'autres produits que ceux naturels devraient être soumis à des contrôles, car ce ne devrait pas être la norme.

Il secondo fattore identifica un gruppo di partecipanti che interpreta il vino naturale attraverso una prospettiva pragmatica, a differenza del primo fattore questi soggetti non attribuiscono al vino naturale un valore simbolico o identitario ma ritengono che questo debba essere valutato con gli stessi criteri applicati a qualsiasi altro vino.

Lo *statment* collocato nelle posizioni di massimo accordo sintetizza questa posizione;

"Quando è ben fatto, il vino naturale può essere delizioso; quando è fatto male presenta numerosi difetti."

Questa affermazione rappresenta il nucleo dell'intero fattore, i partecipanti riconoscono le potenzialità qualitative del vino naturale ma rifiutano le ipotetiche alterazioni microbiologiche e la narrativa che lo circonda.

La naturalità è percepita da questi soggetti come valore, ma solo se accompagnato da delle competenze agronomiche ed enologiche, mentre perde qualsiasi significato se utilizzate per produrre prodotti qualitativamente insufficienti.

Tra gli *statement* distintivi del fattore i partecipanti condividono l'idea che definizioni come a basso intervento o vino biologico siano maggiormente descrittive rispetto all'espressione vino naturale.

Allo stesso modo affermano che il vino rappresenta un prodotto culturale, frutto dell'intervento dell'uomo e delle conoscenze da questo sviluppate.

I partecipanti dichiarano che apprezzano i vini naturali ma non li considerano un'alternativa rispetto alla produzione convenzionale.

Da questi soggetti il vino naturale è inserito all'interno del più ampio panorama vitivinicolo e ogni bottiglia viene giudicata singolarmente.

Nel questionario post *Q-sorting* le risposte osservate, rafforzano in maniera particolarmente evidente questa interpretazione.

I partecipanti criticano la narrazione che si è sviluppata negli ultimi anni attorno al vino naturale ritenendo che una parte del movimento abbia nel tempo assunto delle caratteristiche ideologiche.

Viene spesso contestata l'immagine romantica del vino naturale considerata una rappresentazione poco aderente alla realtà storica e produttiva.

Una testimonianza cita:

"La visione romantica di un vino «puro», prodotto da contadini privi di tecnologia, non ha alcun rapporto con la realtà. Si tratta di una mistificazione. Al contrario, il vino naturale

rappresenta l'esito del postmodernismo, nel quale il pensiero magico prevale sui fatti e sulle evidenze.”

Altro tema ricorrente è la critica allo snobismo, che secondo questi partecipanti si sarebbe progressivamente sviluppata all'interno di una parte del movimento dei vini naturali.

Contrariamente all'idea che il vino naturale ha reso il settore più inclusivo, si ritiene che si sia creata una nuova forma di élite nella quale l'ideologia e il linguaggio specialistico rischiano di prevalere sull'effettiva valutazione del vino.

“Per quanto riguarda lo snobismo, ritengo che accada esattamente il contrario: i sostenitori del vino naturale hanno creato un proprio microcosmo, una nicchia nella quale è proprio lo snobismo a regnare. In questo ambiente, la realtà del vino nel bicchiere passa in secondo piano rispetto al discorso e a convinzioni che assumono il valore di credenze elitarie. L'autosuggestione può anche essere affascinante, ma si tratta di una mistificazione. L'assenza di snobismo e l'autenticità non sono affatto prerogative esclusive del vino naturale.”

Nel complesso il secondo fattore è stato interpretato come il profilo dei pragmatici, partecipanti che non rifiutano il vino naturale ma rifiutano la sua idealizzazione.

Per questi soggetti il valore di un vino non deriva dall'appartenenza ad una categoria ma dalla qualità del risultato finale.

La loro prospettiva è molto razionale e disincantata; il vino naturale viene considerato una possibilità produttiva interessante ma deve essere liberato dalle semplificazioni ideologiche e dalle narrazioni che allontanano il dibattito dalla reale qualità del vino.

4.4 Integrazione e confronto dei risultati

La ricerca è stata sviluppata attraverso un percorso articolato in due fasi complementari.

In una prima fase è stata realizzata un'indagine qualitativa esplorativa mediante un questionario semi strutturato inviato a tre esperti appartenenti a differenti ambiti nel settore vitivinicolo.

In questa prima fase l'obiettivo era quello di raccogliere una prima interpretazione del fenomeno dei vini naturali e di individuare i principali temi presenti nel dibattito

contemporaneo. Successivamente tali evidenze sono state approfondite attraverso la *Q-methodology*, questa ha permesso di analizzare in maniera sistematica le configurazioni percettive presenti nei campioni italiano e francese.

L'interazione di questi due approcci metodologici ha permesso di osservare come numerosi elementi emersi durante le interviste esplorative trovino conferma nella nell'analisi quantitativa-qualitativa realizzata tramite i *Q-sort*.

Le interviste erano finalizzate ad esplorare il fenomeno e non a definire le categorie interpretative ma le differenti posizioni espresse dagli esperti hanno anticipato alcune delle principali linee di pensiero emerse poi nei fattori della metodologia.

In particolare, il primo esperto aveva descritto il vino naturale come un fenomeno costruito da strategie comunicative, evidenziando come il termine fosse ambiguo e a volte assimilabile ad uno strumento di marketing.

Lo stesso sottolineava anche come l'ideologia del basso intervento potesse condurre a una crescente tolleranza verso i difetti tecnici che non hanno niente a che fare con il concetto di qualità.

Questa prospettiva trova riscontro nei profili più critici emersi nell'analisi fattoriale sia nel campione italiano che in quello francese.

Una posizione differente era invece rappresentata dal secondo esperto che riconosceva nel movimento dei vini naturali un'importanza evolutiva capace di favorire pratiche agricole maggiormente sostenibili.

Evidenziava allo stesso tempo la necessità di evitare interpretazioni dogmatiche del concetto di naturalità e di mantenere elevati gli standard qualitativi.

Questa visione anticipa i profili percettivi che, soprattutto nel campione italiano, sostengono il vino naturale ma auspicano una comunicazione più chiara e un miglior controllo della definizione.

Infine, il terzo esperto descriveva il vino naturale come la più autentica espressione del territorio, in questa prospettiva il vino naturale non rappresentava solo una tecnica produttiva ma una vera e propria filosofia capace di dare centralità al terroir e al vino.

Questa interpretazione trova numerosi punti di contatto con alcuni profili emersi nell'analisi fattoriale, in particolare, con quelli che, nel campione francese attribuiscono al fenomeno del vino naturale il valore all'autenticità del prodotto.

Nel complesso il confronto tra le interviste esplorative e i risultati della *Q-methodology* evidenzia come i temi emersi nella fase qualitativa abbiano trovato conferma anche nell'analisi successiva e hanno consentito di individuare le principali aree di dibattito presenti nel settore.

Nel paragrafo successivo l'integrazione dei risultati verrà ulteriormente approfondita attraverso un confronto tra le configurazioni emerse nel campione italiano e francese con l'obiettivo di evidenziare differenze, analogie o possibili influenze che differenti contesti culturali hanno nella costruzione di linee di pensiero e modalità di interpretazione del fenomeno.

4.4.1 Il ruolo del contesto culturale nelle percezioni del vino naturale.

L'analisi comparativa dei risultati ottenuti nei campioni italiano e francese evidenzia che le percezioni relative al vino naturale non sono determinate esclusivamente dalle caratteristiche del prodotto ma che sono profondamente influenzate dal contesto culturale produttivo e comunicativo all'interno del quale il fenomeno si è sviluppato.

In entrambi i paesi emergono temi ricorrenti, come la qualità del vino, il rapporto con il territorio, il ruolo della tecnica, e la necessità di una comunicazione più trasparente, ma questi elementi assumono significati diversi nelle due realtà nazionali.

Un primo elemento di particolare interesse è la struttura stessa dei fattori emersi, l'analisi italiana ha portato all'estrazione di quattro fattori, mentre nel campione francese sono emersi solamente due profili percettivi.

Questo può essere spiegato sia dal ridotto numero di partecipanti francesi rispetto al campione italiano, sia da una più consolidata linea di pensiero presente nel territorio francese.

Tale conclusione è osservabile dal significato stesso che l'espressione “vino naturale” assume nei due paesi.

In Italia, in 3 su 4 fattori emersi la definizione “vino naturale” viene considerata ambigua e anche chi riconosce il valore del movimento auspica una maggiore regolamentazione e una definizione più precisa.

Il dibattito italiano appare quindi ancora fortemente incentrato sulla legittimità della categoria vino naturale e sulle modalità attraverso cui questo viene comunicato dimostrando che in Italia il fenomeno sia ancora in evoluzione.

Nel campione francese invece il ruolo della definizione “vino naturale” assume un ruolo decisamente meno centrale, emerge in alcune riflessioni la necessità di una maggior chiarezza terminologica ma nessuna opinione mette in discussione l'esistenza della categoria vino naturale.

In questo contesto il dibattito non si interroga sull'esistenza del movimento ma sul ruolo all'interno del panorama vitivinicolo di questo fenomeno e sui principi che ne guidano l'evoluzione.

Così si osserva una maggiore anzianità del movimento francese, che ha avuto più tempo per sviluppare e costruire una propria identità solida e riconosciuta anche a livello istituzionale.

Un secondo elemento di confronto riguarda la tecnica e la naturalità, in entrambi i paesi emerge una convergenza nel rifiuto dell'idea secondo cui la riduzione degli interventi in cantina possa giustificare dei difetti organolettici nel vino.

Sia in Italia che in Francia viene ribadito che il rispetto della materia prima e del territorio non possono sostituire le competenze enologiche e che la qualità del prodotto finale continua a rappresentare il principale criterio di valutazione nel vino.

In Italia la tecnica viene frequentemente richiamata per smontare la narrazione del vino naturale, facendo assumere a questa la funzione correttiva di riportare il dibattito su basi oggettive e scientifiche.

Nel campione francese, invece, la tecnica non viene ritenuta antagonista alla filosofia naturale, alcuni partecipanti, più critici, riconoscono infatti che è possibile produrre vini attraverso pratiche a basso intervento ma questo necessita solide competenze da parte del produttore.

Altro elemento di distinzione tra i due contesti è dato dalla comunicazione.

Nei fattori italiani emerge una diffusa richiesta di maggior trasparenza informativa, i partecipanti preferirebbero sostituire le espressioni e il termine vino naturale con strumenti oggettivi come QR code contenenti informazioni sulle pratiche adottate.

Questo dimostra la volontà di ridurre l'ambiguità comunicativa che caratterizza l'attuale utilizzo della definizione naturale.

In Francia il problema comunicativo non è dato dal termine vino naturale ma dal modo in cui il movimento viene raccontato, da una parte c'è chi vede nel vino naturale uno strumento di educazione per il consumatore e dall'altro chi critica la progressiva trasformazione del fenomeno in un simbolo identitario.

Nel complesso il confronto tra Italia e Francia suggerisce che le percezioni riguardo al vino naturale riflettano non soltanto delle opinioni individuali, ma che il percorso storico con cui questo fenomeno si è sviluppato nei due paesi abbia un ruolo nell'attuale livello del dibattito.

In Italia il dibattito appare concentrato sulla definizione, sulla legittimità e sulle modalità di comunicazione del vino naturale dando origine a una maggior pluralità di posizioni.

In Francia dove il movimento ha radici più profonde il confronto sembra essersi spostato verso questioni più evolute, che riguardano il significato culturale del vino naturale.

In questa prospettiva il contesto culturale non rappresenta lo sfondo entro cui si sviluppano le percezioni dei consumatori ma uno degli elementi fondamentali che contribuiscono a modellarne i contenuti l'intensità e la modalità di espressione.

CONCLUSIONI

L'obiettivo del presente lavoro è stato quello di comprendere come il fenomeno dei vini naturali venga percepito e interpretato in due differenti contesti culturali, analizzando non soltanto le opinioni espresse dai partecipanti ma soprattutto le strutture percettive che orientano queste opinioni.

Attraverso l'integrazione di un'indagine qualitativa esplorativa e della Q-methodology è stato possibile ricostruire le principali configurazioni di pensiero presenti nei campioni italiani e francesi, mettendo in evidenza come il dibattito sul vino naturale sia molto più complesso di una semplice contrapposizione tra favorevoli e contrari.

I risultati ottenuti mostrano che il vino naturale rappresenta oggi un fenomeno culturale prima ancora che una categoria produttiva, le differenze emerse tra i fattori non riguardano solo le tecniche di vinificazione o le pratiche agronomiche ma coinvolgono concetti più ampi come autenticità, identità, fiducia, territorio, tecnica e comunicazione.

Ogni profilo percettivo attribuisce alla naturalità un diverso significato costruendo una propria interpretazione del vino naturale e del ruolo che questo dovrebbe assumere all'interno del settore vitivinicolo.

Il confronto tra Italia e Francia ha ulteriormente evidenziato come tali percezioni siano profondamente influenzate dal concetto culturale nel quale il movimento si è sviluppato.

In Italia il dibattito appare ancora concentrato sulla definizione stessa di vino naturale, sulla legittimità della categoria e sulla comunicazione con cui questa viene proposta ai consumatori.

In Francia, invece, il movimento sembra aver già raggiunto una fase matura, in cui le riflessioni si spostano al significato e all'evoluzione di questo metodo produttivo, indagando anche il rischio che una filosofia produttiva possa trasformarsi in un'identità esclusiva.

Proprio quest'ultimo aspetto rappresenta uno dei principali risultati della ricerca. Negli anni passati il confronto tra vino naturale e vino convenzionale è stato spesso raccontato come uno

scontro tra due modelli produttivi, i risultati emersi da questo studio suggeriscono che questa polarizzazione stia progressivamente perdendo di significato.

Anche i partecipanti più critici non rifiutano i principi della sostenibilità o del basso intervento ma mettono in discussione l'utilizzo ideologico o comunicativo del vino naturale.

Ne deriva che, il futuro del dibattito non risiede più nella continua ricerca di una completa contrapposizione tra naturale e convenzionale, bensì in un linguaggio capace di valorizzare gli elementi relativamente significativi per la qualità del vino.

Sembra, dunque, che la dicotomia che per anni ha caratterizzato il settore stia lasciando progressivamente spazio ad una visione più integrata in cui le pratiche produttive vengono considerate strumenti differenti per perseguire il medesimo obiettivo: la produzione di vini autentici, sostenibili e qualitativamente eccellenti.

Un ulteriore elemento, emerso dalla ricerca, riguarda la crescente richiesta di trasparenza da parte dei consumatori, anche quelli con posizioni molto differenti hanno espresso il desiderio di conoscere in maniera più approfondita il percorso produttivo del vino, le pratiche utilizzate gli ingredienti e le scelte del produttore.

Più soggetti hanno proposto di sostituire definizioni sintetiche come il “vino naturale” con strumenti informativi più completi come QR code o sistemi di tracciabilità digitale, evidenza che il consumatore contemporaneo non si accontenta più di una semplice etichetta ma richiede informazioni verificabili che gli consentano di costruire autonomamente il proprio giudizio.

Questa evidenza suggerisce una possibile evoluzione del dibattito che più che continuare a discutere se un vino debba o meno essere definito naturale potrebbe concentrare l'attenzione sulla trasparenza delle pratiche produttive e sulla qualità delle informazioni resi disponibili al consumatore.

In questo scenario la comunicazione assume il ruolo centrale, non più come strumento di contrapposizione tra le diverse pratiche ma come mezzo per rafforzare il rapporto di fiducia tra produttori e consumatori e promuovere una conoscenza consapevole del vino.

Questa riflessione assume particolare importanza se inserita nell'attuale contesto economico del settore vitivinicolo.

Negli ultimi anni, il mercato del vino ha affrontato importanti trasformazioni caratterizzate da una progressiva contrazione dei consumi, in un contesto di questo tipo, continuare ad

alimentare una contrapposizione ideologica tra modelli produttivi, rischia di frammentare ulteriormente il settore distogliendo l'attenzione dalle sfide realmente condivise.

Al contrario, favorire un dialogo fondato sulla qualità, sulla trasparenza e sulla valorizzazione delle diverse competenze può rappresentare un'opportunità per rafforzare la competitività complessiva del comparto vitivinicolo.

Il presente studio presenta alcuni limiti, tra cui la numerosità dei campioni, il numero ridotto non consente generalizzazioni statistiche all'intera popolazione dei consumatori ma permette di individuare le principali configurazioni soggettive di pensiero. Future ricerche potrebbero ampliare il confronto coinvolgendo altri paesi così da verificare l'evoluzione delle percezioni nel tempo.

In conclusione, questa ricerca suggerisce che il vino naturale debba essere interpretato non soltanto come una modalità produttiva ma come un fenomeno sociale e culturale in continua evoluzione in cui le pratiche agricole, i valori, la comunicazione e l'identità collettiva si intrecciano nel costruire le percezioni del consumatore.

La pluralità di interpretazione emerse da questa ricerca suggeriscono che il futuro del dibattito non risiede nella contrapposizione tra differenti modelli produttivi, ma nella costruzione di una visione condivisa in cui le competenze tecniche, la sostenibilità, la trasparenza e la cultura del vino possono convivere e rafforzarsi reciprocamente.

Solo attraverso questa integrazione sarà possibile affrontare le sfide future del settore vitivinicolo senza smarrire ciò che rende il vino un prodotto unico: la sua capacità di custodire la memoria di un territorio, il sapere di chi lo produce, e il valore culturale che, da sempre, accompagna ogni vendemmia.

BIBLIOGRAFIA

- Almeida, M. B. de, Brandão, M. M. M. da L. P., Moreira, J. A., Oliveira, G. M. de, & Araújo, J. F. (2021). Natural, organic and biodynamic wines: sustainability in the production chain. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 8(9), 253–259. <https://doi.org/10.22161/ijaers.89.25>
- Alonso González, P., Parga Dans, E., & Fuentes Fernández, R. (2022). Certification of Natural Wine: Policy Controversies and Future Prospects. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 6. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2022.875427>
- Ballester, J., Belascoín, M., Gonzalez-Hernandez, M., Parga-dans, E., González, P. A., & Sáenz-Navajas, M. P. (2024). Sensory attributes and quality perception of red natural wines: a comparative study in Spain and France. *Oeno One*, 58(1). <https://doi.org/10.20870/oeno-one.2024.58.1.7737>
- Brown, S. R. ., & Stephenson, William. (1980). *Political subjectivity: applications of Q methodology in political science*. Yale University Press.
- Byung S. Lee. (2017). THE FUNDAMENTALS OF Q METHODOLOGY. *Journal of Research Methodology*, 2(2), 57–95. <https://doi.org/10.21487/jrm.2017.11.2.2.57>
- Chauvet, J. (2008). *L'esthétique du vin* (Rocher-Paris, Ed.).
- Commissione Europea. (2010). *COMUNICAZIONI PROVENIENTI DALLE ISTITUZIONI, DAGLI ORGANI E DAGLI ORGANISMI DELL'UNIONE EUROPEA COMMISSIONE EUROPEA*.
- Dubois, M., Vasileiou, E., Agnoli, L., Georgantzis, N., Cardebat, J. M., Balogh, J. M., Lopez, R. C., Rebelo, J. F., & Rossetto, L. (2026). Who Produces Natural Wine (and Who Would Like To)? *Journal of Rural Studies*, 121. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2025.103935>
- Frega, R. (2025). *Il vino post-naturale*.
- Fukuoka, M. (1975). *La Rivoluzione Del Filo Di Paglia - Masanobu Fukuoka-libre*.
- Goode & Harrop. (2011). Authentic Wine: Toward Natural and Sustainable Winemaking. *Journal of Wine Economics*.
- Grand View Horizon. (2025). *France Organic Wine Market Size & Outlook, 2026-2033*.

- Klett, M. (2018). The Preparations, the heart of Bio-Dynamic Agriculture. *Agricultural Conference at the Goetheanum in Dornach/Switzerland*, 3–4.
- Ledesma, R. D., Valero-Mora, P., & Macbeth, G. (2015). The Scree Test and the Number of Factors: a Dynamic Graphics Approach. *The Spanish Journal of Psychology*, 18, E11. <https://doi.org/10.1017/sjp.2015.13>
- Osborne, J. W. . (2014). *Best practices in exploratory factor analysis*. [CreateSpace Independent Publishing Platform].
- Raisin. (2025, October 7). *Natural Wine Market Analysis: Growth Trends and Global Expansion: 2016 to 2024*.
- Redazione Triple “A.” (2022, April 26). *Marie Lapierre: l'alba del vino naturale*.
- Taylor, C. (2010). ARTICLE Foucault and the Ethics of Eating. In *Foucault Studies* (Number 9).
- Vecchio, R., Parga-Dans, E., Alonso González, P., & Annunziata, A. (2021). Why consumers drink natural wine? Consumer perception and information about natural wine. *Agricultural and Food Economics*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40100-021-00197-1>
- Vin Méthode Nature. (2021). *VMN-PROCEDURE-2021*.
- VinNatur. (2016). *Associazione VinNatur Associazione Culturale senza fini di lucro*. www.vinnatur.org
- Watts, Simon., & Stenner, Paul. (2012). *Doing Q methodological research : theory, method and interpretation*. Sage.
- Zucconi, S. (2017). *NUMERI & TENDENZE VINO BIO*. <https://doi.org/10.04.2017>

QUESTIONARIO VINI NATURALI

Grazie

per aver accettato di partecipare a questa intervista.

L'obiettivo della ricerca è analizzare le diverse interpretazioni e percezioni del concetto di vino naturale, con particolare attenzione alle pratiche produttive associate, alle strategie di comunicazione e al dibattito attualmente presente nel settore vitivinicolo.

Il termine “vino naturale” è oggetto di discussione sia tra i produttori sia tra i consumatori e gli esperti del settore. Alcuni lo considerano un approccio innovativo basato su pratiche di basso intervento in vigna e in cantina, mentre altri ritengono che il termine sia poco definito e utilizzato principalmente come strumento di marketing.

Attraverso questa intervista intendiamo raccogliere il punto di vista di esperti del settore al fine di comprendere meglio:

- ♦ *le diverse interpretazioni del concetto di vino naturale;*
- ♦ *i vantaggi e le criticità associate a questo approccio produttivo;*
- ♦ *le implicazioni per il mercato del vino.*

La partecipazione a questa indagine è volontaria e può essere interrotta in

qualsiasi momento.

L'intera intervista è costituita da 15 domande a risposta aperta, i dati raccolti saranno utilizzati esclusivamente per finalità di ricerca e verranno trattati in forma anonima. Eventuali citazioni potranno essere utilizzate nelle pubblicazioni scientifiche indicando esclusivamente il ruolo dell'intervistato (es. produttore, enologo, ricercatore).

* Indica una domanda obbligatoria

1. CONSENSO

*

Compilando e inviando il questionario, lei dichiara di aver letto e compreso quanto segue e di concedere il proprio consenso:

-autorizza l'utilizzo delle sue risposte per la realizzazione del progetto sopra indicato.

-autorizza la citazione delle sue risposte in forma integrale o parziale.

-autorizza l'eventuale pubblicazione delle risposte su materiali scritti, digitali o di presentazione del progetto.

I dati saranno utilizzati esclusivamente per questo progetto e non verranno ceduti a terzi.

Contrassegna solo un ovale.

☐ Consento Non

☐ consenso

2. **1. Può raccontarci brevemente il suo percorso professionale (ad esempio studi, esperienze lavorative, ruolo attuale nel settore viticolo)?**

1. Sono un programmatore informatico, appassionato di vino, sommelier e docente ai corsi

2. Laurea in agraria, dottorato in agrobiodiversità con tesi su gestione del suolo in vigneto. Attualmente socio di piccola azienda vitivinicola

3. Sono un produttore di vino naturale, non ho fatto studi professionali nel settore ma mi sono appassionato ed insieme al mio enologo produco vini definendoli naturali.

3. **2.Come definirebbe, in poche parole (1–2 righe), il concetto di “vino naturale”?**

1. Un bel esercizio di marketing

2. Vino di territorio, artigianale, minime quantità di solforose e basta. Il concetto di vino naturale almeno per il grande pubblico è trattato in maniera superficiale e con una spaccatura del pubblico tipo stadio (fans sfegatati o detrattori al 100%).

Trattato senza dogmatismi può essere fonte di grande riflessione

3. Per me il vino naturale è l'espressione più autentica del territorio e dell'annata: un vino prodotto con uve coltivate senza chimica di sintesi e con il minimo intervento possibile in cantina.

4. **3.Secondo lei, quali sono le principali caratteristiche che distinguono i vini naturali dagli altri vini?**

1. Una filosofia di interpretazione nella produzione del vino che spesso diviene troppo estrema e finisce per costruire vini difettati

2. Maggiore aderenza all'uva rispetto alla tecnica enologica

3. I vini naturali si distinguono per l'approccio artigianale e sostenibile, l'assenza o il limitato utilizzo di additivi e solfiti, e per una maggiore espressione del terroir. Spesso a livello aromatico sono più vivi e meno standardizzati rispetto ai vini convenzionali.

5. **4.Qualì sono, secondo lei, le principali pratiche di produzione associate ai vini naturali?**

1. Uso di pesticidi naturali, utilizzo quasi nullo della solfitazione ma si arriva anche a demonizzare l'intervento umano nei processi di vinificazione, lasciando al caso le pratiche di cantina

2. Fermentazione spontanee, vigneto in bio, nessun prodotto enologico se non un po' di solforosa. Per me ok filtrazione 5micron max, e controllo della temperatura

3. In primis coltivazione biologica o biodinamica della vite, la vendemmia manuale, l'utilizzo di lieviti indigeni e fermentazioni spontanee. In cantina si tende a intervenire il meno possibile, evitando filtrazioni invasive, chiarifiche chimiche e limitando fortemente l'aggiunta di solfiti.

6. **5.Qualì vantaggi e quali criticità vede in questo approccio produttivo?**

1. Vantaggi pochi, spesso ne escono vini difettati, ridotti.

2. Il vantaggio è una diversa visione della vigna non più vista come cultura da sfruttare all'esaurimento ma fare sì che possa essere produttiva anche per le generazioni future. Le criticità che possono prendere piede è la crescente tolleranza di difetti nel prodotto enologico.

3. vantaggi; una maggiore sostenibilità ambientale, una valorizzazione del territorio. criticità ; maggiore variabilità tra annate, il rischio di instabilità del prodotto.

7. **6.Come descriverebbe l'evoluzione del mercato dei vini naturali negli ultimi anni (ad esempio in termini di diffusione, interesse internazionale, dinamiche di export/import)?**

1. Con la spinta del biologico e con la demonizzazioni di alcune pratiche enologiche si è calata l'onda per sponsorizzare questo tipo di produzione facendo leva sul consumatore che la solfitazione fa male, che l'agricoltura convenzionale, anche biologica, produce vini con sostanze potenzialmente dannose per l'essere umano. Questa demonizzazione ha creato la spinta per la promozione del vino naturale. La definizione stessa di vino naturale è già marketing

2. Grande traction del mercato estero fino a 2 anni fa. Al di là del naturale per se il movimento ha contribuito a rendere più sostenibile la produzione di vino. Tante aziende un tempo convenzionali non sono naturali ma sono comunque passate al bio

3. Negli ultimi anni il mercato dei vini naturali è cresciuto molto, sia in termini di diffusione sia di interesse da parte dei consumatori, soprattutto giovani e attenti alla sostenibilità. Anche a livello internazionale c'è una domanda crescente.

8. **7.Secondo lei, quali fattori spiegano il crescente interesse dei consumatori verso i vini naturali?**

1. La spinta salutistica degli ultimi anni e un ampliamento della diffusione di notizie più o meno edulcorate sugli elementi nocivi per l'uomo

2. Mpd, gusto, salute

3. I consumatori cercano vini meno industriali, più trasparenti nella produzione e capaci di raccontare un territorio e una filosofia produttiva precisa.

9. **8.Dal suo punto di vista, il termine “vino naturale” viene utilizzato principalmente con finalità di marketing oppure può rappresentare una vera nicchia con un'identità propria? (si prega di argomentare)**

1. Rappresenta già una nicchia perché chi lo promuove o chi lo consuma fa anche da vettore per la sua sponsorizzazione. Poco importa poi che se apri una bottiglia ha profumi orribili, ti viene chiesto di aspettare che il vino si ossigeni. Fa tutto parte del processo di spinta sui vini naturali: è naturale, ha profumi poco varietali ma non fa male..dimenticando che è l'alcool etilico sicuramente cancerogeno e non il processo di produzione

2. Nicchia con identità propria. Purtroppo nel mercato italiano viene utilizzato come Marketing senza capirne il reale significato

3 Penso che oggi il termine venga talvolta sfruttato anche a livello di marketing, soprattutto perché il tema della naturalità attira molti. Però in generale credo che il vino naturale rappresenti una vera nicchia con ideali simili, legati da una visione più artigianale del vino.

10. **9.Secondo lei, esistono altri termini o modi di definire i vini naturali che risultano più efficaci o rappresentativi? Quali e perché?**

1. Non esiste definizione corretta di vino naturale. La stessa parola è in sé un ossimoro. Il vino ha un processo artificiale dove l'uomo veicola questo lavoro di trasformazione

2. Artigianali forse meglio

3. Secondo me il termine “vino naturale” rimane quello più riconoscibile e capace di identificare un preciso movimento culturale.

11. **10.Secondo lei, che impatto ha l'assenza di una definizione ufficiale di “vino naturale” sul mercato e sugli operatori del settore?**

1. Non avendo una definizione (come si fa a darla ripeto) resta un prodotto di nicchia, confinato a se stesso e ai suoi amatori

2. Poca

3. L'assenza di normative lascia libertà ai produttori e favorisce la diversità delle pratiche, però capisco che può generare poca trasparenza per i consumatori.

12. **11. In generale, qual è la sua posizione rispetto al fenomeno dei vini naturali?**

1. Di totale avversione. Il vino è un alimento e per esserlo deve essere prima di tutto buono, certificato e varietale

2. Molto positivo soprattutto negli ultimi anni dove e' avvenuto un esame di coscienza da parte dei produttori e grazie anche a consumatori piu preparati. Naturale non vuol dire lasciare andare volatile e brett ma piuttosto una maggiore attenzione.per evitare problemi enologici e produrre vino sano e territoriale

3. Considero il vino naturale un modello produttivo più sostenibile, autentico e rispettoso del territorio. Credo che abbia riportato attenzione sulla qualità delle materie prime e sul contatto con il territorio.

13. **12. C'è qualche altro aspetto relativo ai vini naturali che ritiene importante e che non è stato trattato nelle domande precedenti?**

1. No

2. Direi di no

3. no

Questi contenuti non sono creati né avallati da Google.

Google Moduli

ALLEGATO B

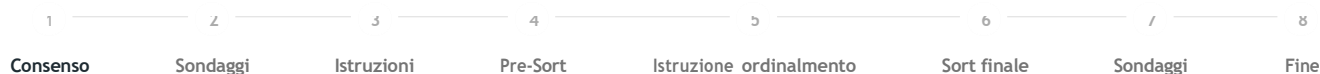
NO	Partecipante	Gruppo fattoriale	Fattore 1CAMBIAMENTO	Fattore 2CAMBIAMENTO	Fattore 3CAMBIAMENTO	Fattore 4CAMBIAMENTO
1	27EW	F-1-9	-0,668781,49441	0,409-0,40569	0,13246-0,07165	0,23266-0,20349
2	4XMV	F-2-2	-0,134280,59109	0,5403-0,15416	0,22454-0,35259	0,12435-0,16504
3	849O	F-1-1	0,8586-1,55899	-0,052960,5738	0,15678-0,21336	-0,021530,01667
4	B5W2	F-3-2	-0,094190,27801	-0,04130,31222	0,45993-0,00344	0,30948-0,35765
5	BHW5	F-1-6	-0,463281,13718	0,42387-0,36076	-0,066940,03876	0,38319-0,08877
6	C5CL	F-1-3	0,71137-1,51497	-0,36790,53526	0,08709-0,04946	-0,215250,07338
7	CDVQ	F-4-4	-0,077930,38434	0,30138-0,03818	0,06438-0,03977	0,33492-0,11254
8	DAQI	F-3-4	0,18149-0,19532	0,118260,26631	0,3533-0,2202	0,08905-0,20682
9	FBLL	F-1-2	0,73173-1,39757	-0,241040,64381	0,17719-0,00751	0,12287-0,04767
10	FSR0	F-2-4	-0,221270,65865	0,38894-0,18717	0,10362-0,16682	0,16596-0,11581
11	GZE3	F-1-5	0,37619-0,64713	-0,098690,42261	0,14930,06718	0,29268-0,10826
12	HL2M	F-3-5	0,09125-0,41584	-0,21308-0,28477	-0,679360,31505	-0,197730,4593
13	LBI3	F-3-3	-0,238480,64824	0,30187-0,03872	0,42629-0,33626	-0,01399-0,27698
14	M1T5	F-4-2	-0,057290,29635	0,083460,25443	0,321520,05313	0,4788-0,3022
15	PWIM	F-4-1	0,20233-0,22373	0,004080,30367	-0,013050,28053	0,64827-0,10544

16	QWPM	F-2-3	0,033620,13194	0,45589-0,341	-0,23258-0,24214	-0,097170,17799
17	QXU4	F-3-1	0,34684-0,53982	0,024090,5385	0,73993-0,47142	-0,13738-0,37388
18	RBVP	F-1-7	-0,509170,89012	-0,02883-0,24468	0,11450,00577	-0,12815-0,10683
19	S66J	F-4-5	-0,036960,18628	0,131980,01137	0,06073-0,01208	0,18529-0,07761
20	SGBB	F-2-1	-0,267060,84888	0,62713-0,29419	0,25996-0,47187	-0,02881-0,16807
21	TG2H	F-4-3	-0,26530,4793	-0,187340,11183	0,080710,34107	0,41972-0,1773
22	U69V	F-2-6	0,04067-0,30828	-0,517480,27911	-0,106520,49832	0,2702-0,00216
23	UOU5	F-2-5	0,14042-0,0047	0,377040,00379	0,0867-0,22908	0,15328-0,05753
24	Y4RF	F-1-8	-0,546221,02046	-0,02688-0,24082	-0,072580,29227	0,2793-0,08559
25	YA68	F-1-4	0,58343-1,05558	0,050530,19218	-0,17712-0,08517	-0,031790,18896
21	TG2H	F-4-3	-0,26530,4793	-0,187340,11183	0,080710,34107	0,41972-0,1773
22	U69V	F-2-6	0,04067-0,30828	-0,517480,27911	-0,106520,49832	0,2702-0,00216
23	UOU5	F-2-5	0,14042-0,0047	0,377040,00379	0,0867-0,22908	0,15328-0,05753
24	Y4RF	F-1-8	-0,546221,02046	-0,02688-0,24082	-0,072580,29227	0,2793-0,08559
25	YA68	F-1-4	0,58343-1,05558	0,050530,19218	-0,17712-0,08517	-0,031790,18896

ALLEGATO C

No	Participant	Factor Group	Factor 1CHNG	Factor 2CHNG
1	2AAQ	F-1-3	0.681120.03723	0.43251-0.06514
2	2HWN	F-2-3	0.023490.02166	0.23424-0.00319
3	36XS	F-1-9	0.26254-0.0146	-0.14496-0.02376
4	4CSO	F-2-1	-0.048110.03396	0.36340.0029
5	5JRC	F-1-10	0.23575-0.02246	-0.23086-0.0209
6	8EP4	F-1-8	0.354940.03079	0.34796-0.03447
7	9X87	F-1-12	-0.673230.02078	0.19240.0617
8	AGYQ	F-1-13	-0.708320.03236	0.315390.06443
9	AT5C	F-2-2	0.006210.02298	0.24773-0.00165
10	D4O8	F-1-5	0.467830.02314	0.2709-0.04463
11	ELYU	F-1-6	0.45171-0.00004	0.02064-0.04205
12	ESYJ	F-1-2	0.698010.02869	0.34138-0.06631
13	FIMY	F-1-7	0.37962-0.02267	-0.22636-0.03428
14	KHJ6	F-1-4	0.620130.00899	0.12564-0.05815
15	KKJZ	F-1-1	0.784240.01654	0.21458-0.07377
16	UOYZ	F-1-11	-0.655660.01337	0.113460.06041

X EXIT STUDY PREVIEW



Gentile partecipante,

È stato invitato a partecipare a un'indagine che ha lo scopo di raccogliere informazioni relative alle percezioni sui vini naturali.

L'indagine dal titolo "Percezione dei vini naturali: confronto tra Francia ed Italia" è condotta dall'Università Politecnica delle Marche (UNIVPM) nell'ambito della stesura di una Tesi triennale in Viticoltura ed Enologia.

La compilazione del questionario richiederà al massimo 20-25 minuti. Per facilità di compilazione, si suggerisce di utilizzare un computer e non uno smartphone per rispondere.

La sua partecipazione al questionario è completamente volontaria. In qualsiasi momento Lei potrà interrompere l'esercizio. La sua decisione non avrà alcun effetto negativo su di lei, né ora né in futuro. Le risposte saranno mantenute totalmente anonime e solo i dati aggregati saranno pubblicati come risultato di questo esercizio. Tutti i dati saranno conservati in forma anonima.

Poiché il Suo contributo consiste nella compilazione di un breve questionario online, non vi sono rischi significativi o disagi previsti per Lei. Sebbene non vi siano prove che lo schermo possa danneggiare gli occhi, è importante tenere presente che lunghi periodi di lavoro davanti allo schermo di un computer possono causare disagio. La sindrome da visione al computer (CVS) o altri danni legati al computer possono verificarsi se si fissa lo schermo del computer o si utilizza il desktop, il laptop, lo smartphone e altri dispositivi simili in modo non corretto. È pertanto consigliabile assicurarsi che le dimensioni del testo e delle immagini sullo schermo siano della dimensione giusta per Lei e di prendere pause regolari. Nel caso in cui si verifichi un disagio è opportuno interrompere la partecipazione al sondaggio.

L'Università Politecnica delle Marche manterrà la riservatezza dei dati della ricerca come descritto nella dichiarazione sulla privacy qui di seguito.

In caso di domande o osservazioni sull'indagine potrai sempre contattare il responsabile dello studio tramite i seguenti recapiti:

Relatore della tesi:

Prof. Francesco Solfanelli, Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali, Università Politecnica delle Marche, E-mail: solfanelli@agrecon.univpm.it; Tel. 071 2204828

Tesista: Alessia Zagaglia, Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali, Università Politecnica delle Marche.

Grazie in anticipo per la Sua partecipazione!

MANIFESTAZIONE DEL CONSENSO AL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI DI SOGGETTI**(MAGGIORENNI E CAPACI DI INTENDERE E VOLERE) COINVOLTI NEL PROGETTO DI RICERCA**

Al fine di manifestare il consenso si prega di fare clic su ACCETTO, confermando che:

- Ha almeno 18 anni.
- Dichiara di aver ricevuto e preso visione dell'informativa sul trattamento dei dati personali.
- Prestare il consenso al trattamento dei suoi dati personali per il perseguimento della finalità di ricerca di cui al punto 3.2, ai sensi degli art. 6 co.1, lett. a) e art. 9, comma 2, lett. a), reg. UE n.2016/679.
- Prestare il consenso alla conservazione ed al trattamento dei dati personali per altri scopi scientifici o statistici come illustrato nell'informativa.

In qualsiasi momento Lei potrà revocare i consensi sopra rilasciati, fermandosi la liceità dei trattamenti basati sui consensi prestati prima della revoca.

PER CONFERMARE IL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI COINVOLTE NEL PROGETTO SELEZIONARE CONSENTO

[X](#) EXIT STUDY PREVIEW

Consenso Sondaggi Istruzioni Pre-Sort Istruzione ordinalmento Sort finale Sondaggi Fine

DOMANDE

QUESTIONARIO SOCIODEMOGRAFICO

Specifichi quale dei seguenti gruppi rappresenta meglio la sua categoria lavorativa *

Se la sua selezione è stato "altro" si prega di definire la sua categoria lavorativa

Sesso *

☐ Maschio ☐ Preferirei non esprimermi ☐ Femmina

Si prega di indicare il proprio anno di nascita *

Indichi cortesemente il suo più alto titolo d'istruzione *

☐ Diploma elementare ☐ Diploma di medie inferiori
☐ Diploma di medie superiori (maturità)
☐ Laurea (triennale, specialistica o magistrale) ☐ Master/Dottorato

INVIA

[X](#) EXIT STUDY PREVIEW

Nel contesto del crescente interesse verso modelli di produzione e consumo più sostenibili nel settore vitivinicolo, negli ultimi anni si è sviluppato un ampio dibattito attorno ai cosiddetti *vininaturali*.

Questo segmento del mercato, caratterizzato da pratiche produttive che mirano a ridurre al minimo gli interventi chimici sia in vigneto sia in cantina, suscita percezioni differenti tra consumatori, produttori e operatori del settore.

La presente attività di tesi si inserisce in questo contesto e ha l'obiettivo di analizzare le percezioni e le rappresentazioni associate ai vini naturali in due importanti paesi produttori e consumatori di vino: Italia e Francia.

In particolare, la ricerca intende indagare come diversi soggetti interpretano e valutano il concetto di vino naturale, quali attributi gli vengono associati e quali eventuali differenze emergono tra i due contesti nazionali.

Per raggiungere tali obiettivi, lo studio utilizza la Q Methodology.

INDICAZIONI PER LA PAGINA SUCCESSIVA

1 Ti verranno proposte 39 affermazione che riguardano il tema del VINO NATURALE.

2 Ti chiediamo di ordinare queste affermazioni in base al tuo punto di vista, da quelle con cui sei più d'accordo a quelle con cui sei più in disaccordo.

Ricorda che i numeri sulle schede (da 1 a 39) sono stati assegnati in modalità del tutto casuale e non sono rilevanti per il tuo scopo.

3 Inizialmente ti chiediamo di leggere attentamente le 39 affermazioni ed esprimere la tua opinione selezionando "D'ACCORDO" (pollice in su), "DISACCORDO" (pollice in giù) o "NEUTRALE" (punto di domanda).

RICORDA CHE SIAMO INTERESSATI SOLO ALLA TUA OPINIONE E CHE NON CI SONO NÉ RISPOSTE GIUSTE NÉ RISPOSTE SBAGLIATE.

INIZIA

Consenso

Sondaggi

Istruzioni

Pre-Sort

Istruzione ordinalmento

Sort finale

Sondaggi

Fine

Pre-ordina le tue risposte

Per ogni affermazione, fai clic sull'icona che meglio si allinea con il tuo punto di vista.

"D'ACCORDO" (pollice in su), "DISACCORDO" (pollice in giù) o "NEUTRALE" (punto di domanda).

INIZIA IL Q-SORT

Bere vino naturale è una scelta di vita: sostiene un'agricoltura etica e un artigianato consapevole.

?

Chi lavora nel vino convenzionale dovrebbe interrogarsi sul calo del proprio mercato, invece di criticare il segmento naturale in crescita.

?

Alcuni vini naturali possono invecchiare sorprendentemente bene.

?

Si tratta di piccoli produttori che si preoccupano davvero di ciò che producono, a differenza delle gigantesche operazioni industriali che sfornano prodotti di massa con finalità puramente commerciali.

?

Il vino naturale ha rivoluzionato il modo di degustare: meno snobismo, più autenticità e sperimentazione.

?

Preferisco termini come "a basso intervento" o "biologico" perché "vino naturale" è troppo vago.

?

Mi piace l'idea di vino naturale, ma ognuno lo interpreta a modo suo e questo crea confusione permettendo a tutti di utilizzarlo anche solo per moda.

?

Non c'è nulla di naturale nel vino: è un prodotto culturale, non della natura.

?

Chi fa vino rispettando frutto, terra e persone può ottenere ottimi risultati. Chi segue il "dogma naturale" rischia di fallire.

?

Si è ormai formata una subcultura di estimatori dei vini naturali, nella quale il vino sembra poter essere solo "naturale" oppure da rifiutare.

?

Il vino naturale continuerà a esistere come realtà stabile, ma la fase propulsiva del movimento originario può considerarsi conclusa.

?

Il termine vino naturale è fuorviante perché suggerisce implicitamente che questi vini siano più salubri dal punto di vista chimico-fisico rispetto agli altri. In realtà, tutti i vini devono necessariamente rientrare nei limiti residuali previsti dalla normativa vigente.

?

L'utilizzo dei lieviti indigeni dovrebbe essere riconosciuto come mezzo parte integrante del terroir.

?

Amo il vino naturale, ma non sopporto la moda che lo circonda.

?

Non capisco perché deve certificarsi chi non usa chimica. Dovrebbe essere il contrario: chi usa altri prodotti oltre a quelli naturali dovrebbe sottoporsi ai controlli, perché non dovrebbe essere quella la normalità

?

Se il vino naturale diventa troppo rigido, rischia di perdere la sua audacia e diversità.

?

Quando è fatto bene, il vino naturale può essere delizioso. Ma se fatto male, mostra molti difetti.

?

A volte mi sembra di assaporare più i batteri che l'uva. Può essere interessante e persino gustoso, ma di solito non è ciò che cerco in un vino.

?

È ingiusto ignorare il concetto di vino naturale soprattutto perché molti grandi vini venduti come convenzionali lo sono.

?

L'adesione a questa corrente ricorda dinamiche tipiche della politica: ci si schiera, si parteggia e si critica spesso senza reale approfondimento, evitando il confronto con chi sostiene posizioni diverse.

?

Ciò che mi piace del vino naturale è che ogni bottiglia è diversa, ma riflette il vignaiolo.

?

Mi andava bene parlare di bassa intervento, ma il termine non era accattivante così si utilizza il termine "naturale" che non segue nessun parametro aprendo così l'utilizzo della parola a chiunque

?

È frustrante pensare che il vino naturale implichi che tutti gli altri siano "innaturali".

?

Evito i vini naturali perché, per me, sono più spesso deludenti che riusciti.

?

Se il vino ha davvero ricevuto il messaggio del luogo, continuerà a esprimerlo nel tempo. Il prodotto industriale ha spesso finito per impoverire quel legame, producendo legalmente vini tecnicamente perfetti ma piatti e molto simili tra loro.

?

Il sapore del vino naturale cambia da un'annata all'altra.

?

Il problema risiede nell'appropriazione di un concetto per costruire una nicchia commerciale all'interno di un contesto estremamente competitivo, in cui l'idea di salubrità viene utilizzata come elemento distintivo.

?

Mi sembra che questo fenomeno sia anche un effetto del cambiamento generazionale, con una nuova generazione che sperimenta approcci nuovi e diversi rispetto a quelli dei genitori.

?

Preferirei un QR code sull'etichetta che mi mostri cosa è stato fatto nel processo produttivo, piuttosto che la parola "naturale".

?

Mi piacciono i vini naturali perché rifiutano l'approccio agro-industriale che cerca scorciatoie e aggiunge sostanze strane al cibo.

?

Un vino eccessivamente costruito risulta banale; un vino difettato, invece, rimane semplicemente sgradevole.

?

Serve un intervento deciso per dare al vino naturale una direzione chiara e condivisa.

?

Bevo spesso vino naturale, ma non lo considero un'alternativa al vino tradizionale.

?

Il vino naturale ha poco a che vedere con il passato: anche migliaia di anni fa si usavano stabilizzanti.

?

Nel mondo convenzionale in molti casi si ricorre necessariamente ai lieviti selezionati, quelli che finiscono per produrre gli aromi di moda del momento.

?

Il termine "vino naturale" è fuorviante: fa pensare che gli altri vini siano artificiali o poco etici.

?

"Vino naturale" è solo un termine di marketing, non ha un significato reale.

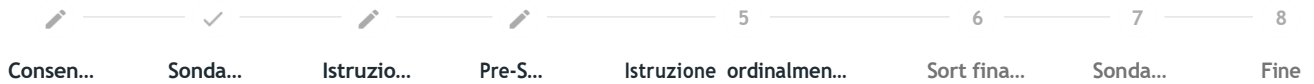
?

2 / 39

https://app.qmethodsoftware.com/admin/study/dashboard/14358/surveys/5913/questions

1/1

✕ EXIT STUDY PREVIEW



Ora ti verranno riproposte tutte le affermazioni suddivise in base alle preferenze date in precedenza.

1)Scegli due tra le affermazioni con cui sei PIU' D'ACCORDO e spostale (trascinandole con il mouse) sotto le caselle all'estrema destra (sotto al "+4") della griglia di valutazione (non importa quale è sopra o sotto). Tra le affermazioni rimaste scegli quelle con cui sei PIU' D'ACCORDO e spostale nelle caselle affianco alle precedenti (sotto al "+3"). Segui questa procedura per tutte le schede della sezione "D'ACCORDO". (dal +4 al +1)

2) Prendi le affermazioni dalla sezione "DISACCORDO". Come prima, scegli le 2 affermazioni con cui sei PIU' IN DISACCORDO e spostale sotto alle caselle all'estrema sinistra della griglia di valutazione (sotto al "-4"). Poi, continua con le affermazioni rimanenti, selezionando quelle con cui sei PIU' IN DISACCORDO e spostandole nelle caselle affianco alle precedenti (sotto al "-3"). Segui questa procedura per tutto il gruppo di affermazioni con cui sei in "DISACCORDO". (dal -4 al -1)

3) Infine, sposta le affermazioni dal mazzo "NEUTRALE" posizionandole nelle caselle ancora vuote della griglia di valutazione.

4) Dopo aver disposto tutte le schede, guarda la distribuzione ottenuta e, se lo desideri, spostale ancora.

INIZIA

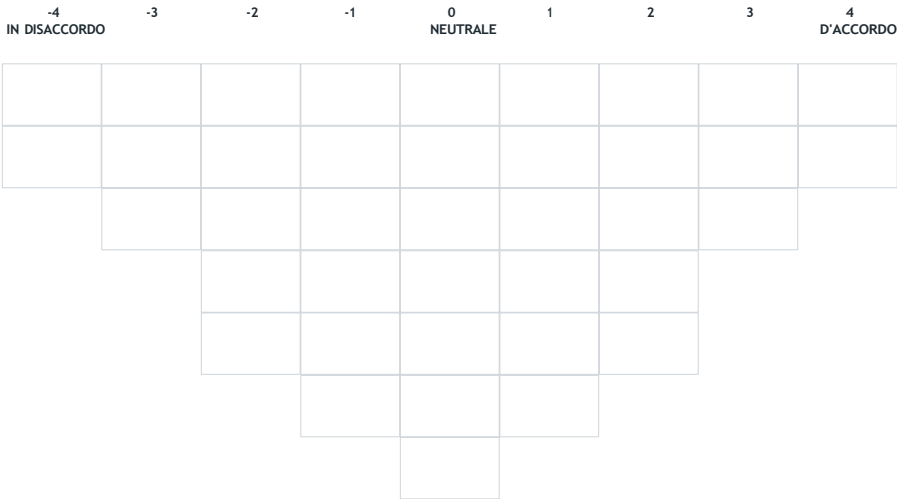
✕ EXIT STUDY PREVIEW



14 Il termine vino naturale è fuorviante perché suggerisce implicitamente che questi vini siano più salubri dal punto di vista chimico-fisico rispetto agli altri. In realtà, tutti i vini devono necessariamente rientrare nei limiti residuali...

11 Il vino naturale continuerà a esistere come realtà stabile, ma la fase propulsiva del movimento originario può considerarsi conclusa.

14 Amo il vino naturale, ma non sopporto la moda che lo circonda.



[X](#) EXIT STUDY PREVIEW

SONDAGGIO

Per rivedere le dichiarazioni selezionate nelle caselle +4 e -4, scorri fino in fondo alla pagina e seleziona “View Q-Sort”.

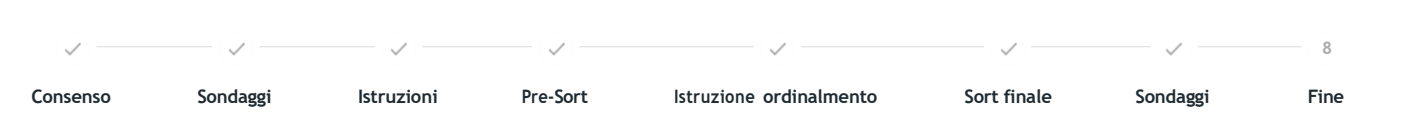
Per favore spiega perché sei PIU' IN DISACCORDO con le due dichiarazioni che hai messo nelle caselle all'estrema SINISTRA (sotto al “-4”): *

Per favore spiega perché sei PIU' D'ACCORDO con le due dichiarazioni che hai messo nelle caselle all'estrema DESTRA (sotto al “+4”): *

SUBMIT

[VIEW Q-SORT](#)

✕ EXIT STUDY PREVIEW



STUDIO COCNLUSO.

Desideriamo ringraziare sinceramente tutti i partecipanti per aver preso parte a questo studio sulle percezioni dei vini naturali. Il tempo che avete dedicato alla compilazione del questionario e la vostra disponibilità sono stati fondamentali per la realizzazione di questa ricerca.

Le vostre risposte rappresentano un contributo prezioso per comprendere meglio come i consumatori percepiscono i vini naturali, le loro caratteristiche e il loro ruolo nel panorama enologico attuale. Le informazioni raccolte aiuteranno ad approfondire questo tema e a sviluppare ulteriori studi nel campo del consumo e della comunicazione del vino.

RINGRAZIAMENTI

Questa partenza,
che eppure sembra una fine,
coincide in realtà con l'inizio del racconto.
Perché ogni libro che tenta di raccontare la vita non si chiude mai davvero:
ma cambia formato.

Da questo lungo esercizio di tentativi ho appreso che avanzare con fiducia verso i propri sogni non è un atto ingenuo, ma una forma silenziosa di realizzazione. Non c'è sogno che chiede di raggiungerlo: per questo li ho abitati, camminando lentamente dentro loro.

Così oggi, sono diventati ciò che avevano promesso.

Qui, i miei vizi hanno coinciso con i miei ideali:

si sono sfiorati, confusi, a volte contraddetti, ma sempre riconosciuti come parti della stessa tensione verso il senso e la coerenza di rappresentarmi.

Questa strada e suoi esercizi, questa tesi e i suoi riscontri hanno descritto non solo la materia ma anche il principio con cui sono stati vissuti questi anni e come lo saranno tutti i prossimi:

ogni intuizione, ogni errore, ogni scoperta, ogni forma d'amore appresa sono dono e privilegio da applicare in ogni stanza della vita.

E così, anche se rivestita di linguaggio scientifico, questa tesi non è soltanto un elaborato:
è una confessione ordinata,
il tentativo più onesto che conosco di compiere, attraverso lo studio,
il capriccio del mio cuore.

Il prossimo libro ha, però, bisogno di memorie.

Ogni faccia incontrata non può essere trascurata nel tessuto di questa storia, perché siete custodi di ciò che è stato e ciò che è diventato.

Perché la vita non può essere raccontata senza gli altri né il passato senza il rispetto dei suoi segni.

Ci sono volti che ricordo già adulti nel momento in cui ho aperto gli occhi al mondo, presenze anteriori alla mia stessa coscienza, figure che non hanno avuto bisogno di presentarsi.

Altri sono arrivati poco dopo l'alba, altri ancora si sono seduti al primo caffè della giornata.

C'è chi è entrato nella mia vita all'ora della merenda, nel tempo lieve dell'intervallo, e chi, quasi senza accorgersene, si è affacciato poco fa.

Non so chi resterà così vicino alla mia mente fino al tramonto, chi saprà abitare anche il passaggio della sera, chi rimarrà alla comparsa della luna, e chi, infine, accompagnerà il saluto al prossimo sole.

Ma a prescindere dalla data del vostro arrivo, dalla durata della vostra permanenza, siete stati tutti, ciascuno nel proprio modo, pilastri silenziosi e protagonisti necessari di questo brindisi.

A lei, Professor Solfanelli,

il mio maestro nei modi e nelle misure.

Mi ha mostrato che la competenza ha valore solo quando è accompagnata dall'umanità, dal rigore, dal rispetto e dalla capacità di non smettere mai di imparare.

L'ho osservata, ascoltata e seguita in ogni parola, perché in ognuna trovavo qualcosa che andasse oltre la lezione.

Ha aperto spazi in cui la mia creatività poteva respirare, ha creduto nel fuoco di un'allieva senza aver mai la tentazione di trasformarlo nel proprio.

Ci sono debiti che non si possono restituire, ma soltanto onorare.

Il mio sarà quello di provare, ogni giorno, a vivere questo lavoro con la stessa serietà, la stessa passione e la stessa dignità che lei mi ha trasmesso.

Ha illuminato il mio cammino, insegnandomi a riconoscere la strada.

E in questo grazie è custodita tutta la stima che porto per lei.

Sono nata in una casa che portava con sé il segno del cognome, inevitabile impronta della propria origine. E forse è il cognome che si porta nel gene la voglia di percepire, la musica per attraversare, all'arte per plasmare, e la terra per sentire.

Lei paziente custode, ci richiama continuamente, trattenendo le impronte di chi l'ha percorsa prima di noi, restituendoci il passo e indicandoci dove poggiare i piedi.

In questo intreccio di sangue e luogo, di memoria e desiderio, si custodisce ciò che siamo, ciò che possiamo restituire: e ogni gesto, ogni scelta, ogni attenzione diventa un modo per abitare il mondo con il rispetto di chi sa da dove viene e verso dove tende.

Nata da un padre che mi riflette, nelle smorfie, nel cuore, nel modo stesso di occupare il mondo senza invadenza.

Ho ereditato da te la misura della libertà, e con essa la capacità di muovermi senza peso.

Un amore silenzioso che non ha bisogno di testimoni, e io così tanto t'amo papà che tu sai sempre pescarmi in ogni mare.

Mi porti sulla terra dove torno a respirare.

Non dubitare: non ti lascerò mai, perché il mio cuore misura sé stesso nella tua presenza e senza di te non saprei come restare.

A te, fratello mio.

A te riempirei le mani di amore.

Per me che sono mare, che travolge e avvolge senza placare le sue onde,
sei lo scoglio che non le teme, la terra che accoglie la marea.

Non so se mai questo mare ripagherà lo scoglio, non so se mai saprò esserlo io per te ma so che il mare con le sue onde levigherà ogni angolo, ogni roccia, ogni ruvida briciola di sabbia che si incastrerà nella tua anima.

E so che in questo vasto mare di giorni, di incontri e di partenze, tu sei una delle poche terre che riconoscerei sempre.

Anche quando le notti cancellano le coste,

so che tra tutte le terre che ho attraversato tu sei la sola verso cui il mio cuore saprà sempre tornare.

A te Elisa,

non ricordo un tempo in cui tu non ci fossi,
sei sempre stata una stagione della mia casa.

Il caldo sulla pelle, senza imporsi ne annunciarsi che cambia il clima in queste mura.

Che il sole trovi sempre il modo di sfiorarti,
con la stessa dolcezza con cui tu ci scaldi il cuore.

A tutta questa grande famiglia, che comunque la si guardi, da qualunque ramo la si percorra, porta lo stesso nome e la stessa storia: Zagaglia.

Sono cresciuta dentro il vostro amore come si cresce all'ombra di alberi antichi, senza accorgersi subito della protezione che offrono. Mi avete insegnato la forza, la presenza e la cura senza trasformarla in debito. Mi avete lasciata libera di essere ribelle, di cercare la mia strada, ma non avete mai smesso di esserci quando quella strada si faceva più difficile da attraversare.

Vi ho osservati per anni. Vi ho studiati in silenzio. Ho raccolto gesti, parole, abitudini, modi di stare al mondo. Così attentamente da riconoscere in ciascuno di voi qualcosa che desideravo portare con me.

Guardo questo legame e mi domando quanto mistero esista nell'eredità.

Perché a volte i geni bastano a trasmettere una presenza anche quando la vita non concede il tempo di conoscersi davvero, come se certe inclinazioni trovassero strade invisibili per attraversare le generazioni.

Perché la vita può essere così intensa da lasciare una forza percepibile anche dopo l'assenza. Perché l'amore ha la sua materia e resiste nel tempo.

Perché la fame di vita non viene consumato dal trascorrere degli anni.

Perché si può amare l'esistenza con una fedeltà così ostinata da continuare a esserci anche quando il corpo si fa fragile. Come se l'amore avesse trovato il modo di resistere oltre i limiti della carne, rifiutandosi di lasciare soli coloro che ama.

Voi 4, i miei nonni.

Siete stati le radici.

Quelle che nessuno vede mentre guarda la chioma, ma senza le quali nessun albero potrebbe esistere.

Perché in realtà non ho ereditato i tratti del volto, né il colore degli occhi, né il cognome.

Ma solo il modo in cui avete scelto di amare il mondo.

Voi, amici,

siete molti, lo siete sempre stati, e negli anni sempre di più. Questo mentre il tempo, continua a suggerire che i cerchi si restringono, che le presenze si rarefanno, che la vita adulta operi per sottrazione. E in effetti anche per me è stato così, il cerchio, si è fatto più misurato, più silenzioso.

Ma non per esclusione. Nessun legame cancellato per necessità o per stanchezza.

Non sono dinamica in questo: non sono incline alla rotazione degli affetti, né alla sostituzione delle presenze.

Al contrario, sono statica, preferisco accumulare tempo e ricordo piuttosto che moltiplicare inizi.

Non so se è la via giusta ma io ho amato scavarvi. Non ho perso volti, ma vi ho collocati ognuno in una geometria più intima.

Forse questa mia staticità affonda le radici in un gesto che ho sempre compiuto, legarmi ai luoghi e a chi li attraversa, fino a desiderare di abitarli come se potessero diventare, nel tempo, una forma possibile di casa.

Ci sono luoghi che ho assimilato al punto di riconoscerne nei loro ritmi, nelle loro ripetizioni, e nelle presenze che li animano, una grammatica silenziosa capace di tenere insieme le persone.

Marc Augé descrive la distinzione tra luoghi e non-luoghi, tra spazi che generano identità, appartenenza e relazione e spazi che, pur attraversati, non lasciano traccia.

Questa teoria, Mati e Caro dovrebbero ricordarla perché ricordo loro studiarla sui banchi del liceo, mentre io perlappunto ero al bar.

Così abitando luoghi ne ho imparato i volti, le abitudini, le ricorrenze, trasformando uno spazio qualsiasi in un punto fermo della mia geografia emotiva.

E ancora oggi,
se resto,
se non rimuovo,
se non sostituisco,
è perché continuo a credere
che i luoghi e le persone che li rendono vivi
meritino tempo ed insegnino che saper misurare il cerchio dia più pace di restringerlo.

Esistono volti radicalmente altri da me, e soltanto nel vostro incontro ho imparato a mutare.

Perché Glo è dinamica migrante, non come me.

Perché Ale possiede la misura dell'attesa e la capacità di prendersi cura, non come me.

Perché Tina si affida alla riflessione e alla prudenza, non come me.

Perché Gianmi si muove verso l'altro sempre con fiducia, non come me.

Ognuno di voi è stato una variazione sul come vivere l'essere, una possibilità diversa di abitare il mondo, un contrappunto necessario al mio modo di stare. Abbiamo abitato insieme l'instabilità, senza tentare di correggerla. Ci siamo riconosciuti nel limite, e da lì abbiamo scelto la permanenza.

Siete stati la cornice della mia età più bella, ora appesi all'ingresso del mio cuore.

E lì resterete,
non come ricordo immobile, ma come parte viva della mia forma,
per sempre.

Ci sono volti che conosci da sempre ma li riconosci davvero solo quando non sai più vedere.

Tu, Giulio, guardavi in basso quella volta, e ancora non so come tu abbia fatto a vedermi con gli occhi rivolti altrove. Forse certi incontri non avvengono nello sguardo, ma in un luogo dove l'orientamento non serve. Non c'è stato nulla da spiegare, né una fiducia da costruire. Nessuna parola necessaria, nessuna prova da superare.

E come quella sera, sarò sempre pronta a raccoglierci la testa perché è nel cielo la libertà che rincorriamo. Saremo pronti a salvarci ancora, e non per eroismo, ma per la legge invisibile di chi ha tracciato i nostri incontri e ci ha restituiti l'uno all'altro anche in questa vita fratello mio.

C'è un luogo, in cui io e te siamo cresciuti, una strada circondata da terre e case che conosciamo a memoria.

Quella terra, Casenuove, è una delle mie sfide più grandi:
la tensione costante tra ciò che cerco e ciò a cui resto legata.

Questo posto non smette di interrogarmi, perché contiene insieme il desiderio di altrove e la forza silenziosa del ritorno.

Di quel luogo, di voi, ho sempre detto che siete per me una grande famiglia.

Non per retorica, ma per fedeltà al significato più autentico della parola.

La famiglia, infatti, non si sceglie. E sono convinta che all'inizio non ci siamo scelti nemmeno noi:

eravamo troppo piccoli per possedere la consapevolezza necessaria a farlo.

Allora la famiglia descrive con precisione la natura profonda di questo cilindro di vite intrecciate.

Una struttura che non nasce da un atto volontario, ma dalla durata, dalla prossimità, dall'impossibilità di sottrarsi davvero gli uni agli altri. Qui dentro siamo nudi e crudi, con l'incapacità di fingere, almeno nel lungo tempo, ciò che siamo.

Abbiamo visto e offerto il meglio e il peggio di noi. Abbiamo attraversato la crescita, l'errore, le cadute, abbiamo riconosciuto il buio negli sguardi, senza poter fingere di non vederlo.

Non sempre ci siamo amati, e forse non sempre avremmo potuto farlo.

Eppure, esiste un nodo, annidato nel cuore stesso della parola famiglia, che è la chiave del perché siamo ancora qui. È la capacità di perdonare, di riconoscere, anche quando è difficile, il bello che resiste nei volti conosciuti, l'amore che continua a legare anche dopo la frattura, anche dopo il disincanto.

È questo nodo che ha reso questo luogo abitabile nel tempo, che ha trasformato la vicinanza in appartenenza, e la permanenza in una forma profonda di amore.

Voi, maschi miei, in ognuno di voi ho incontrato un modo diverso di essere uomo, e tutti insieme siete diventati la parte del mondo che avrò sempre bisogno di ritrovare.

Voi, le mie donne, cresciute vicine senza assomigliarci mai, ognuna con la propria voce, ostinatamente fedeli a noi stesse. Cresciute libere, sicure, femmine, intere.

Voi, tutti insieme, vi amo come si ama ciò da cui si è nati:

senza misura,

senza merito,

senza fine.

Sara, ci sono incontri che nascono per somiglianza, e poi ci sono quelli che esistono nell'opposto, quando invece di respingersi si impara a custodirsi.

Noi apparteniamo alla seconda categoria.

Tu hai il rigore delle cose messe al loro posto, io il disordine della tempesta.

Eppure, la tua presenza ha dato forma anche al mio caos, senza accorgertene, senza fermare l'uragano, gli hai insegnato che anche il vento può far respirare.

Sei stata il mio equilibrio senza chiedermi di fermare la tempesta,
e se il tuo equilibrio rallenterà i tuoi passi piegherò il vento dalla tua parte, così che tu possa concederti di correre senza paura.

C'è un luogo, poi, che ho attraversato abbastanza a lungo da smettere di distinguerlo da me. Una soglia varcata presto, piccola in mezzo ai grandi oggi più grandi tra i grandi amici.

Tanti dei volti che da qui vedo, arrivano da lì.

Forse è in questo scarto originario che si radica il mio amore per i luoghi. Continuo a inscrivere ciascuno di voi nello spazio che me lo ha consegnato, come se l'incontro non fosse mai del tutto separabile dalla sua scena iniziale.

Trattengo memoria di ciò che eravamo quando l'altro non era ancora possibile.

Chi non frequenta quell'ambiente vede soltanto presenze sospese, volti riflessi nel vetro dei bicchieri. Non coglie il ritmo che le tiene insieme, né la grammatica invisibile che governa i gesti.

Eppure, a forza di passaggi, ho inciso solchi sull'asfalto all'ingresso, perché continuo a saltare su quel gioco che precede i cancelli.

Non ho più bicchieri da chiedere perché precedono la domanda.

Quel giro intorno agli stessi spazi, alle stesse parole, agli stessi sguardi, continua a restituirmi ciò che nessun tempo potrebbe togliere come se la ripetizione generasse presenza anziché abitudine.

Curi l'ho incontrata lì seppure continuiamo a non ricordare l'evento che ci ha regalato la prima parola, come se l'origine fosse stata assorbita dal tempo stesso. Ricordo però che ci siamo riconosciute negli sguardi, in una comune inclinazione verso la vita, e a tratti ce ne siamo donate frammenti impercettibili.

Così divergenti da sembrare opposte, così coerenti da non poterci separare.

Ovunque accada il tempo, tu mi hai, io ti ho.

Marivì, tu sei arrivata piano, in quella stessa strada, poi è bastato un tempo minimo. Un riconoscimento immediato, come accade quando il corpo precede il pensiero e la fiducia nasce prima del linguaggio.

Chi ha disposto il nostro incontro sembrava volerci suggerire che la direzione era quella giusta, che l'orientamento che stavamo inseguendo aveva un fondamento. Perché nulla accade

senza una geometria segreta: non si arriva per errore sulla stessa terra, nello stesso tempo, nello stesso spazio.

Di vita in vita ho incontrato te.

Poi, nel tempo e nello spazio, mi siete stati consegnati tutti voi. In modi diversi, in stagioni differenti, secondo necessità che allora non comprendevo. Eppure, continuo a ricondurre ogni volto a quel bar, come se fosse stato il luogo a generare l'incontro. Alcuni li ho incontrati appena arrivata, quando ancora non sapevo stare; mi avete accolta, custodita, fatta crescere senza istruzioni. Lì ho osservato il mondo mentre si mostrava, nel suo splendore e nelle sue fratture. Avete lasciato vedere la fragilità, senza difenderla, senza mascherarla.

Tutti voi, restate per me una prova silenziosa ma definitiva: che l'amicizia, quando è vera, non ha superficie, ma profondità. Per questo so che continuerò a trovarvi, nei luoghi che ci hanno resi possibili e in quelli che verranno, portando con me la stessa fedeltà con cui si torna a casa.

Vi ho raccontati tutti,
per il peso che avete avuto,
per l'amore che avete dato e per quello che avete assorbito.

E se posso nella mia totale incoscienza,
se posso abbracciarmi e stringermi il cuore,
se posso oggi, nel giorno della mia laurea, ricordo a me la lezione più importante che la vita, fino a questo giorno, mi ha donato.

Ricominciate da zero tutte le volte che volete, ma non accontentatevi mai del posto in cui non siete.

Vivete liberi, con la consapevolezza di non dover spiegare come lo fate.

Amate folli, senza paura di precipitare.

Che tanto siamo di passaggio,

eppure, eterni, in questo angolo di tempo.

Il coraggio ci salva,

non dagli altri, quello mai,
ma da noi stessi.

Così si chiude questo racconto. Ma nessuna fine è possibile senza dichiararne il motivo.

E il motivo ha il tuo nome, Camilla.

Che tutto questo sia dedicato a te.

Le storie si raccontano e restano in piedi solo se poggiano su fondamenta solide, solo se i mattoni sono fatti d'amore.

E il primo mattone lo hai gettato tu la notte in cui sei venuta al mondo, quando ho compreso che la vita non avanza da sola: si traina con il cuore che pompa, e quando tutto si ferma è solo l'amore che ti porta altrove.

Ti guardo vivere e ho fiducia del futuro perché so che ne sarai scultrice.

Figlia del mondo,

sii più libera di quanto io abbia saputo esserlo.

Sii ribelle.

Aggrappati ai sogni,

alla coerenza,

all'onestà.

Nessuno potrà mai, se non tu.

Nessuno ti avrà mai, se non tu.

Questo mio presente è solo dedicato a te,

perché un giorno leggerai comprendendo ogni senso,

e allora dovrai sapere che il tuo futuro buca l'orizzonte.

Il domani è tuo per sempre amore mio.

Zia.