

Cantina Graziano Fontana: “il nostro Trentino è racconto, freschezza e accoglienza”

scritto da Stefano Montibeller | 27 Giugno 2025



A Faedo, in Trentino, la Cantina Graziano Fontana racconta un’evoluzione familiare che unisce coraggio, terroir e ospitalità. Giulia Fontana svela come la cantina stia affrontando il mercato moderno, puntando su qualità, racconto e un’enoturismo strutturato, mantenendo salde le radici trentine e reinterpretando l’eredità del fondatore con uno sguardo contemporaneo.

A Faedo, piccolo borgo collinare che domina la Piana Rotaliana, la storia della **Cantina Graziano** è un microcosmo che riflette l’evoluzione del vino trentino. Nata dalla visione di Graziano, che a fine anni ’80 scelse di abbandonare la via del conferimento per vinificare in proprio, l’azienda

oggi è guidata con energia da Walter, Andrea e Giulia. Un passaggio generazionale che non è semplice eredità, ma una **reinterpretazione consapevole** del mercato e del rapporto con il territorio.

Abbiamo incontrato Giulia per parlare di scelte strategiche, terroir e del nuovo paradigma dell'accoglienza, scoprendo una realtà che fonda il suo successo su un approccio lucido e pragmatico.

Sua padre Graziano, alla fine degli anni '80, compì una scelta quasi avanguardista per l'epoca: smettere di conferire le uve e iniziare a produrre il proprio vino, andando anche contro il volere della generazione precedente. Come ha influito quella decisione sulla vostra identità di oggi?

Sì, fu una scelta difficile e coraggiosa, che col tempo ha dato ragione a mio padre. La mentalità di allora era diversa; mio nonno Settimo era più cauto, pensava fosse più sicuro conferire l'uva e avere subito un ritorno economico. Mio padre, invece, **agì di testa sua**, con una visione personale forte. Acquistò le prime attrezzature di nascosto e avviò la produzione con Müller-Thurgau e Schiava, preferendo agire piuttosto che discutere.

Questa decisione ci ha permesso di costruire una nostra storia e un rapporto diretto con il mercato. In un periodo in cui i produttori privati erano ancora pochi, questo ci diede un vantaggio. Si impegnò molto, girando fiere come Vinitaly per trovare i suoi clienti, e riuscì persino ad arrivare sul mercato americano già alla fine degli anni '90. **Quella scelta è il fondamento di tutto ciò che siamo oggi.**

Dopo un inizio di successo nell'export, oggi vi concentrate per quasi il 90% sul mercato italiano.

Questa scelta strategica si lega a una filosofia produttiva particolare? E come il terroir unico di Faedo definisce l'identità dei vostri vini?

Il mercato statunitense è stato importante, ma a un certo punto, chiuso il rapporto con un importatore, abbiamo deciso consapevolmente di non cercarne altri e di riposizionarci. Oggi la nostra è una scelta precisa: abbiamo ridotto la produzione complessiva per concentrarci su **bottiglie di più alta qualità**, dedicate quasi interamente al canale Horeca italiano.

Questa filosofia produttiva è legata a doppio filo con il nostro terroir. Faedo nasce da una frana su una base vulcanica, con molta roccia dolomia e calcare. I nostri vigneti arrivano fino a 700 metri e le forti escursioni termiche, favorite da venti come l'ora del Garda, ci permettono di sviluppare una grande aromaticità. Da qui nascono le caratteristiche distinctive dei nostri vini: **mineralità, grande freschezza e un'acidità importante**.

Non inseguiamo la certificazione biologica perché, pragmaticamente, le nostre vigne sono così pendenti che i trattamenti, resi più frequenti dal protocollo bio, diventerebbero pericolosi. Crediamo che la nostra via alla sostenibilità sia più efficace: usiamo il concime organico della nostra stalla e curiamo ogni dettaglio. Pensiamo che un approccio del genere sia, per la nostra realtà, **ancora più sostenibile di un'etichetta**.

Il consumatore di vino oggi non cerca solo un prodotto, ma un'esperienza. Come sta cambiando il vostro approccio all'accoglienza e che ruolo gioca l'enoturismo nel futuro della cantina?

Il cambiamento è enorme. Ho visto la transizione da un approccio in cui il cliente arrivava, assaggiava un paio di vini e portava via i cartoni, a oggi, in cui **la gente vuole un**

racconto completo. Adesso i visitatori si siedono, desiderano che tu gli dedichi tempo e attenzione, vogliono capire la storia, il territorio.

Per questo, il nostro percorso di accoglienza è diventato più strutturato: spiego il territorio all'esterno, racconto le innovazioni in vigna, poi facciamo il giro della cantina e, se il periodo lo permette, assaggiamo anche direttamente dalle botti. La visita si conclude con una degustazione guidata, spesso con formaggi e salumi locali. È un'esperienza che può durare anche due ore, perché si basa sulla passione. Ho notato che **il pubblico beve forse meno, ma beve meglio**, ed è disposto a pagare di più per la qualità e per la storia che c'è dietro. Stiamo quindi professionalizzando l'offerta con pacchetti prenotabili online, perché l'enoturismo è un canale cruciale per il nostro futuro.

L'esperienza alla Cantina Graziano offre uno spaccato significativo del paradigma evolutivo che molte aziende vitivinicole familiari stanno affrontando. La transizione da una logica puramente produttiva a un modello integrato, dove comunicazione, accoglienza e strategia di mercato diventano pilastri tanto quanto il lavoro in vigna, è qui evidente e ben gestita.

Infine, l'investimento nell'enoturismo non è un semplice adeguamento a un trend, ma la comprensione che il valore aggiunto, oggi, risiede nella capacità di **trasformare un prodotto in un'esperienza memorabile**. Cantina Graziano Fontana dimostra come onorare le radici di una scelta paterna non significhi replicarne i metodi, ma reinterpretarne lo spirito con gli strumenti e la visione richiesti dal presente.

Punti chiave:

- 1. Origini audaci:** Graziano scelse di vinificare autonomamente negli anni '80.
- 2. Ritorno al mercato italiano:** oggi il 90% delle bottiglie resta in Italia.
- 3. Terroir di Faedo:** altitudine, dolomia e venti favoriscono freschezza e aromaticità.
- 4. Sostenibilità concreta:** uso di concimi organici, niente certificazione bio per ragioni operative.
- 5. Accoglienza evoluta:** visite guidate, degustazioni e storytelling per un'enoturismo esperienziale.