Armonia, equilibrio e coerenza: sintesi de ”Il Poggiarello”

scritto da Emanuele Fiorio | 4 Novembre 2022



“Il Poggiarello” è un brand che fa parte del Gruppo Cantine 4 Valli, la più grande e solida realtà privata vitivinicola del territorio piacentino con oltre 300 ettari di vigneto, quasi 10 milioni di bottiglie prodotte all’anno ed esportate in 30 Paesi del mondo.

Abbiamo intervistato due figure cardine, **Massimo Perini (Direttore commerciale) e Paolo Perini (Enologo)** per approfondire peculiarità, traguardi ed obiettivi di questa realtà.

Caliamoci nel territorio della Val Trebbia, quali sono le peculiarità che questo territorio è in grado di donare ai vostri vini? (Paolo Perini)

La **Val Trebbia** è una vallata particolare, molto bella dal punto di vista paesaggistico, che si innesta tra l'Appennino ligure ed emiliano e rappresenta un corridoio naturale tra il Mar Ligure (a 60km circa in linea d'aria) e la Pianura Padana. Queste peculiarità garantiscono una **ventilazione ed un equilibrio fitosanitario eccellenti per i vigneti.**
La viticoltura in questa vallata non è mai stata intensiva, **il nostro vigneto è incastonato tra boschi, prati e frutteti ed il clima salubre e ventoso** fa si che tutto il sistema sia in armonia. Noi lavoriamo in biologico ma questa conduzione non è così complicata perché godiamo di una forte **biodiversità.**
Il **suolo** è argilloso e presenta una matrice scheletrica marnosa e calcarea che permette di trasferire al vino una concentrazione ed una struttura che vengono bilanciate da una acidità ed una salinità importanti. È un binomio non così frequente. Noi possiamo gestire queste caratteristiche cercando di mediare tra i vari aspetti, in base ai nostri obiettivi.

Quali sono le ragioni e come si è evoluta la vostra scelta di valorizzare ed allevare sia vitigni autoctoni (Ortrugo, ad esempio) che internazionali (Sauvignon, Pinot Nero) nei vostri 12 ettari di proprietà? (Paolo Perini)

In questa zona (Val Trebbia, Val Trebbiola e Val Nure) **i vitigni internazionali avevano già una storia, sono presenti sin dall'800.** Le caratteristiche del terreno sono adatte per il Pinot Nero ed il Sauvignon grazie alla matrice calcarea. Queste due varietà inizialmente ci hanno permesso di confrontarci con i mercati internazionali, sarebbe stato più complesso presentarci esclusivamente con vitigni autoctoni sconosciuti. In sostanza, abbiamo utilizzato Pinot Nero e Sauvignon come rompighiaccio per far conoscere successivamente Malvasia e Ortrugo. In particolare **la Malvasia di Candia Piacentina ha delle peculiarità uniche e delle potenzialità da scoprire e da sviluppare.** La Malvasia piacentina ha il patrimonio aromatico più ampio, è la più ricca e personale tra

le 17 varietà di Malvasia esistenti.
Il consumatore odierno è sempre più interessato al territorio ed ai vitigni autoctoni e l'Italia sta facendo molto lavoro su tutte queste varietà e sulla biodiversità.

A proposito di vitigni internazionali, il Pinot Nero vi sta regalando soddisfazioni, lo dimostrano i riscontri ottenuti dal vostro Pinot Nero 2020 "Lo Straniero". Quali sono le caratteristiche ed i fattori che hanno portato questo vino a vincere il prestigioso premio "Vino rosso dell'anno" per la Guida Top 100 Migliori vini italiani 2023? (Paolo Perini)

Si ritorna al concetto iniziale, le caratteristiche del nostro terroir sono ideali in particolare per **il Pinot Nero che è un vitigno molto delicato.** Nonostante il clima torrido di questa estate, in questa zona il terreno appena sotto la lettiera ha mantenuto umidità e freschezza e questo per il Pinot nero è indispensabile. Il Pinot Nero ha un matrimonio importante, caratterizzato da freschezza, sapidità, acidità viva, eleganza che dà piacevolezza al vino. Per cercare di mantenere queste caratteristiche stiamo collaborando con l'Università con l'obiettivo di bilanciare i cambiamenti climatici e **posticipare di 15-20 giorni la maturazione** attraverso lavorazioni e potature invernali ed estive ad hoc.

"Lo Straniero" fa parte di una linea di 5 vini in cui l'identità del prodotto si riflette nell'intensità di volti espressivi ritratti da un abile fotografo: quali sono le ragioni di questa scelta e come si compone questa linea? (Massimo Perini)

Abbiamo iniziato con tantissimo entusiasmo grazie all'appoggio della nostra famiglia, abbiamo avuto un buon successo ma ci siamo accorti che stavamo invecchiando assieme al nostro progetto. Il vino riscuoteva apprezzamenti ma l'immagine era ancora quella degli inizi. **La pandemia ci ha permesso di avere il tempo di pensare e di svoltare, per dare un volto al vino che fosse più giovane, più internazionale.** Restiamo noi stessi

ma vorremmo che qualcuno riconoscesse il volto impresso sull'etichetta de "Lo Straniero" e lo relazionasse a noi, anziché il contrario. Nel post-Covid ha funzionato molto bene anche all'estero, abbiamo avuto ottimi riscontri.

Una caratteristica che emerge riguarda la vostra capacità di aver definito un'identità precisa e coerente ad ognuna delle 5 linee di vini che proponete. Quali sono state le scelte, commerciali e comunicative, che vi hanno garantito questi risultati? (Massimo Perini)

Abbiamo selezionato questi vini con una certa idea, Gutturnio e Malvasia sono prodotti tipici nostri, "Lo Straniero" è la dimostrazione che il Pinot Nero può crescere bene anche qui e lo stesso vale per il Sauvignon. Molte aziende sono partite con una gamma alta ed una bassa mentre noi siamo partiti con la gamma bassa e poi abbiamo voluto produrre vini importanti, qualificando tutta la gamma.
La gamma si è sviluppata in itinere, non l'abbiamo definita a monte, è stato un percorso ed una evoluzione.

La produzione de "Il Poggiarello" è certificata biologica dal 2018. Cosa ha significato per voi a livello commerciale questo recente passaggio? Quali sono i mercati in cui state registrando i risultati migliori e quelli su cui avete intenzione di investire nel prossimo futuro? (Massimo Perini)

I mercati più potenziali in assoluto per quanto riguarda il biologico sono gli **Stati Uniti, il Giappone**, non la Cina. Se non sei certificato biologico rischi di non essere preso in considerazione sul mercato giapponese. La scelta del biologico non è nata per necessità commerciali, è nata dalla proposta di Paolo Perini, il nostro enologo ed io l'ho accettata di buon grado.
Inoltre vogliamo investire sui canali online e sulla comunicazione moderna, mantenendo l'attenzione anche alla stampa cartacea. **L'obiettivo per l'anno prossimo è capire bene se siamo pronti per l'Africa e la Nigeria in particolare**, dove

la classe media sta crescendo. Tra gli addetti ai lavori si parla molto bene di questa prospettiva, una situazione simile a quella della Cina 20 anni fa.
In Europa vendiamo discretamente bene in **Spagna, Belgio, Olanda, Danimarca**, un po' nel Regno Unito che è sensibile al biologico ma fa fatica a pagare i vini di più.
Quello che abbiamo scelto di fare, lo rifaremmo perché avevamo bisogno di trasmettere positività, abbiamo continuato ad investire nei macchinari perché confidiamo nel futuro.

Come state gestendo l'aumento dei costi energetici? (Massimo Perini)

L'aumento dei costi energetici ci ha costretto a ridurre il nostro margine, abbiamo fatto alcuni ritocchi sul prezzo ma abbiamo cercato di non far ricadere questi aumenti sui consumatori.
L'energia elettrica è una nostra priorità, è diventato il nostro terzo costo. Ci aspettiamo che lo Stato trovi una soluzione, intanto stiamo installando i pannelli solari. Purtroppo non è possibile per noi fare una previsione sui consumi, **la bolletta della luce è diventata un gratta e vinci al contrario.** Questa è la maggiore difficoltà, non poter prevedere i costi energetici reali.