

Jako Wine: i migliori terroir per raggiungere l'eccellenza

scritto da Emanuele Fiorio | 22 Giugno 2020



Abbiamo intervistato **Luca Berti**, CEO & Founder di [Jako Wine](#).

Come nasce l'idea di Jako Wine?

L'idea è conseguente alla nascita e allo sviluppo di Arena Wine, società con sede in Florida che si occupava di importare vini italiani di qualità negli Stati Uniti.

Ci siamo accorti con l'esperienza che i vini che importavamo avevano diversi mercati paralleli e li trovavamo nelle piattaforme e-commerce o nei siti online a prezzi variabili che spesso non erano né veritieri né equilibrati. Non esistevano veri e propri prodotti unici ed inimitabili.

Da questi presupposti è scaturita l'esigenza e la volontà di avere prodotti che fossero esclusivi al 100%.

Abbiamo pensato che fosse importante produrre vini di grande qualità che ci rappresentassero in pieno e che fossero veri unicum sul mercato.

Siamo partiti con umiltà e dedizione, condividendolo con amici e conoscenti i frutti del nostro impegno. Il riscontro è stato eccellente, da qui è nato il nostro claim: "we make wines for friends".

Il vostro approccio è particolare ed unico: partire dal vino che volete produrre e successivamente scegliere i terreni più idonei per ottenerlo. Ci può descrivere questa visione peculiare?

Il nostro approccio nasce da un presupposto ben radicato nella nostra visione: non vogliamo farci produrre il vino da qualcun'altro.

Ci sono tanti brand che comprano l'uva o si fanno produrre il vino ma questo non è assolutamente il nostro obiettivo.

Il nostro percorso parte dal vino che vogliamo realizzare e prosegue attraverso la ricerca dei migliori terroir che possano garantire il raggiungimento dell'eccellenza.

Affittiamo il terreno, le scelte e le pratiche agronomiche le gestiamo totalmente noi (densità dei grappoli, potature, tempi di raccolta, utilizzo fitosanitari, lieviti, etc...), la vinificazione e l'imbottigliamento vengono curate dalla

cantina partner e noi definiamo tutti gli aspetti di packaging, marketing e comunicazione.

Abbiamo sempre voluto che i nostri vini fossero una nostra creazione, la realizzazione della nostra volontà.

Siamo un unico brand che lavora su diversi terroir, il fatto di affittare i terreni ci permette di essere flessibili anche in visione dei cambiamenti climatici che sono in atto.

La possibilità di spostarci in zone più favorevoli è un plus che alla lunga credo ci premierà.

Il mantenimento della temperatura controllata dalla raccolta alla consegna al cliente. Come garantite questo elemento di qualità?

Il nostro vino sin dai primi istanti successivi alla raccolta a mano in campo, viene subito mantenuto a temperatura. Tutta la filiera è a temperatura controllata dai 14° ai 17°. La logistica ed il trasporto garantiscono che i nostri prodotti non subiscano stress, alterazioni o sbalzi termici. Non ha alcun senso produrre vini di pregio per poi trasportarli e mantenerli in condizioni non ottimali.

Per quanto riguarda la distribuzione, come vi approcciate al mercato e quali sono i vostri target di riferimento?

I nostri clienti principali sono ristoranti ed hotel con cucine selezionate che si avvalgono di manager in grado di apprezzare la qualità. Non ci rivolgiamo a GDO e circuiti online di e-commerce consumer.

L'unica piattaforma e-commerce in cui si possono acquistare i nostri vini è quella presente sul nostro sito.

Guardiamo all'estero dove ci sono mercati in grande fermento ed i nostri consumatori di riferimento nei ristoranti sono i Millennials. I nostri vini hanno nomi italiani ma vogliamo comunicare una visione ed un'immagine internazionale.

La produzione, la raccolta, la cura in cantina. Cosa vi differenzia dagli altri produttori?

La ricerca della qualità e la cura dei processi grazie all'aiuto di esperti collaboratori sono caratteristiche

presenti in tante cantine, non siamo certamente gli unici. La peculiarità che ci contraddistingue è la scelta di lavorare su poche bottiglie e la volontà di ricercare l'uva migliore. La andiamo a cogliere nei territori vocati, dove cresce il meglio.

Un ulteriore aspetto che ci contraddistingue è la cura del dettaglio, delle bottiglie e del packaging in ogni sua sfumatura.

Come dicevo precedentemente, anche il mantenimento costante della temperatura controllata in tutte le fasi della filiera e della logistica è un aspetto fondamentale che noi siamo in grado di garantire.

Il vino è un prodotto, dietro al prodotto ci sono persone. Chi c'è dietro a Jako Wine?

Un enologo che ci ha colpito è Lorenzo Dionisi, ha dimostrato la capacità di essere lungimirante, di capire in anticipo come si evolverà un vino e quali saranno le sue caratteristiche.

Severino Barzan, ex patrono di Antica Bottega del Vino a Verona, collabora con noi ed oltre ad essere un grande uomo del vino, è un profondo conoscitore dei vitigni autoctoni italiani. Mette mano in tutti i vini top che hanno l'etichetta "Severino collezioni".

Leonardo Valenti, professore di Scienze Agrarie all'Università di Milano ci dà un grande aiuto dal punto di vista agronomico. Michele Ceradini si occupa della parte commerciale con ottimi risultati.

Un progetto nasce anche da valori e da una filosofia condivisa. Dove poggiano le fondamenta del progetto Jako Wine?

Poggiano su un grandissimo amore per il vino e sulla serietà e la professionalità di chi ci sta lavorando. Produciamo circa 20mila bottiglie ed abbiamo già ricevuto proposte per incrementare la produzione ma vogliamo continuare sul nostro percorso. I nostri mercati export principali sono gli Stati Uniti dove esportiamo circa il 40% dei nostri vini, poi Danimarca e Regno Unito.

Quest'anno abbiamo previsto un piccolo incremento per raggiungere 25-30mila bottiglie ma non cambieremo approccio.