

Marzadro: l'Istituto Tutela Grappa del Trentino è un volano di cambiamento e consapevolezza

scritto da Emanuele Fiorio | 25 Marzo 2024



Fondato nel 1960, **l'Istituto di Tutela Grappa del Trentino** conta su una base di 26 soci distillatori, rappresentando praticamente l'intera produzione di grappa trentina. La missione dell'Istituto è quella di **promuovere e valorizzare la produzione tipica di grappa**, ottenuta esclusivamente dalle vinacce prodotte in Trentino, attraverso un **marchio d'origine** che raffigura un tridente.

In questa intervista **Alessandro Marzadro, Presidente dell'Istituto di Tutela Grappa del Trentino**, offre una panoramica approfondita delle strategie adottate dall'Istituto

per adattarsi ai cambiamenti del mercato e dei gusti dei consumatori. Marzadro sottolinea in particolare l'importanza della **comunicazione, della consapevolezza e della formazione**. Inoltre, mette in luce le peculiarità del marchio certificato, fornendo una chiara visione delle evoluzioni e degli obiettivi dei prossimi anni.

Quali sono state le principali sfide affrontate dall'Istituto nel promuovere e valorizzare la grappa trentina, specialmente considerando l'evoluzione dei gusti dei consumatori?

Sicuramente la grappa oggi ha un vantaggio perché siamo in un'epoca dove il consumatore quando si approccia ad un distillato lo fa per portarsi a casa un'esperienza, un contenuto culturale, quindi storia, produzione, sapore: la grappa ha tutte queste caratteristiche che sicuramente giocano a nostro favore.

È chiaro che soprattutto i nuovi e moderni consumatori spesso si avvicinano ai distillati non attraverso la degustazione del prodotto liscio ma attraverso la miscelazione.

E questo significa da una parte far conoscere questa opportunità ai consumatori e dall'altra **sensibilizzare i produttori**, perché alcune volte sono i primi detrattori di questo approccio per timore che i propri prodotti vengano snaturati.

In realtà la mixology è un tramite per far conoscere e assaggiare la grappa e, se non viene sfruttato, si riducono in maniera esponenziale le occasioni di consumo, di racconto. C'è un lavoro da portare avanti sia all'interno tra noi produttori sia all'esterno, abbiamo già vissuto una situazione simile quando si parlava di invecchiamento ben 20 anni fa.

Inizialmente i primi detrattori erano proprio i produttori che dicevano: "No la grappa è bianca, non si invecchia, col legno

si rovina". Questa tipologia di argomentazioni, sono molto simili alle critiche che vengono mosse oggi nei confronti della grappa miscelata.

Se i produttori sono i primi detrattori è difficile muoversi, ma dobbiamo renderci conto che se vogliamo approcciare nuovi consumatori abbiamo bisogno di strumenti diversi rispetto al passato perché **è cambiato il consumo, sono cambiati i consumatori, è cambiato il modo di consumare** e quindi dobbiamo adattarci a questo mutamento.

In quest'ottica ad esempio l'Istituto Tutela Grappa Del Trentino sta organizzando a maggio un **viaggio in Irlanda per i produttori associati**, per portarli a conoscere distillerie diverse e fargli capire che essere nel mondo dei distillati vuol dire anche confrontarsi con altri mondi.

È importante capire cosa succede nelle distillerie irlandesi, come si propongono sul mercato, quanto peso ha la miscelazione e qual è il potenziale.

Come intende affrontare l'obiettivo di incrementare ulteriormente la conoscenza, la notorietà e i consumi di grappa trentina nei prossimi anni?

Dobbiamo continuare quel processo che stiamo portando avanti da anni, raccontando quello che siamo e realizziamo in tutte le occasioni possibili, sia con gli operatori che con i consumatori.

Abbiamo un **valore di diversità**, un contesto climatico unico, un disciplinare (siamo gli unici ad averlo), un rapporto tra produttori costruttivo e proattivo, una realtà associativa composta da **24 produttori in una piccola provincia** (Trento).

Tenga presente che il Consorzio Tutela Grappa del Piemonte ha 21 soci e comprende tutta la regione, per darle un'idea di una realtà, a livello dimensionale, simile alla nostra. Sono tutti

elementi che ci differenziano e ci danno la possibilità tranquillamente di dire che andiamo avanti a comunicare quello che siamo, perché **la nostra storia arriva veramente da lontano.**

Come pensa sia possibile potenziare la comunicazione digitale dell'Istituto e delle distillerie associate per migliorare l'interazione ed il coinvolgimento dei consumatori?

Dobbiamo sempre tenere conto che quando parliamo di Istituto Grappa del Trentino, parliamo di 24 associati con aziende molto diverse tra loro. Il nostro obiettivo è quello di **concentrarci sul Trentino** perché lavorare sul nostro territorio garantisce benefici a tutti, sia grandi che piccoli. Una strategia incentrata sul nostro territorio che si presta però a intercettare sia un target locale che allargato e quindi si rivolge sia all'operatore che produce e vende tutto localmente sia a chi esce dal territorio provinciale: parlo delle occasioni legate alle grandi manifestazioni come il Festival dello Sport, il Festival dell'Economia, la Festa d'Autunno. Tutte queste iniziative hanno un grande appeal sia per la gente del posto che per i turisti e noi continuiamo a presidiarle a beneficio di tutte le aziende.

Nel nostro contesto non c'è la paura che il grande mangi il piccolo, lo dimostra la mia candidatura a Presidente che non sarebbe mai potuta avvenire al di fuori di un contesto di questo tipo. Nel nostro Istituto **i voti di tutti i soci hanno il medesimo valore (uno vale uno)**, mentre normalmente nei consorzi chi ha una produzione maggiore ha un potere ed un peso commisurato.

È un **lavoro di squadra in sinergia**, non di contrasto tra grandi e piccoli, questo è un nostro patrimonio, una nostra caratteristica. Di conseguenza anche il nostro modo di gestirci e proporci deve considerare questo stato di fatto.

Quali iniziative di formazione avete pianificato per aiutare i distillatori trentini a innovare e adattarsi alle nuove esigenze del mercato?

Quest'anno probabilmente sarà l'anno di svolta da questo punto di vista, l'Istituto investe un 50% per comunicare all'esterno e un 50% per realizzare attività formative interne. Sicuramente il **viaggio in Irlanda** rientra in questo impegno. Abbiamo da poco organizzato un momento di **formazione sui distillati del mondo** e degustazioni con spiegazione. Abbiamo un progetto formativo con una realtà trentina sulla **comunicazione** per migliorare il modo di raccontarsi e veicolare i propri messaggi.

Penso anche che il viaggio in Irlanda possa contribuire a migliorare la consapevolezza dei produttori trentini, perché a volte tendono ad avere un profilo molto basso. E **non colgono a fondo le loro unicità eccezionali**, il fatto di essere piccoli distillatori in un contesto montano è un **patrimonio e un valore assoluto da comunicare**.

I distillatori di grappa trentini vivono questi aspetti come scontati ma il fatto che tu possa andare in una casa privata al cui interno ci sono impianti di distillazione e il produttore ti racconta il suo lavoro, la sua storia, i suoi prodotti e la sua maestria rappresenta un elemento che non esiste altrove.

Faccio un paragone con il mondo del vino, se analizziamo 10 cantine di dimensioni simili, ci rendiamo conto che chi ha avuto più successo dal punto di vista comunicativo, sono gli imprenditori che hanno dimostrato maggior consapevolezza dei propri tratti distintivi e della propria unicità. I nomi noti del vino sono tutte persone che, se ci parli 5 minuti, ti rendi conto di come siano i primi fan di sè stessi, ma senza essere autoreferenziali.

Qual è l'approccio verso la sostenibilità dell'Istituto Tutela Grappa del Trentino e quali misure state promuovendo nell'ottica di una riduzione dell'impatto ambientale delle distillerie associate?

Al momento non c'è niente di formalmente strutturato, sicuramente è un argomento sul tavolo e monitoriamo un po' le aziende del nostro settore.

Partiamo dal presupposto che siamo un **attore dell'economia circolare dell'uva**, quindi abbiamo già un ruolo da quel punto di vista. Il tema della sostenibilità rimane importante sicuramente, **dovremo affrontarlo in maniera più strutturata** nei prossimi anni anche perché le leggi vigenti nel giro di 3-4 anni ci obbligheranno a muoverci in quella direzione o per la dimensione dell'azienda o perché i nostri clienti o i nostri fornitori, ad esempio le banche, ce lo chiederanno.

È chiaro che oggi siamo un po' più impegnati su altri fronti, come il lavoro che stiamo portando avanti per l'indicazione geografica della grappa trentina. E poi devo anche dire che **siamo in un'altra fase della sostenibilità**, abbiamo passato alcuni anni in cui si era sviluppato questo concetto di "fare il compitino" attraverso i bilanci di sostenibilità, comunicarli ma poi nel concreto c'era poco. Oggi siamo in una fase diversa, **prima bisogna concretizzare le misure di sostenibilità e poi arrivare a comunicarle**.

Quindi preferiamo lavorare in sordina e poi comunicheremo quando sarà il momento, altrimenti si presenta un percorso che di concreto ha ben poco.

Come ritiene possa essere favorito un maggior coinvolgimento e presenza femminile nei CDA delle aziende associate e nel settore della

distillazione più in generale?

Il Trentino Alto Adige da questo punto di vista ha un ottimo equilibrio percentuale tra occupati uomini e donne, la cultura del rapporto uomo-donna è medio-alta. Inoltre è la regione col più alto tasso di natalità in Italia e con il più alto tasso di impiego femminile.

Questo equilibrio sta in piedi se ci sono servizi sul territorio che permettono di mettere insieme l'esigenza familiare e l'esigenza lavorativa. Vedo però che si tende a far **ricadere sulle aziende alcune incombenze che dovrebbero essere appannaggio delle amministrazioni pubbliche.**

Sicuramente si può fare di più, però ci tengo a dire che per le aziende del nostro comparto questo impegno va di pari passo con i servizi che il pubblico mette a disposizione per supportare le donne, mi sembra che le aziende siano chiamate a volte a rispondere alle mancanze del pubblico.

Sono d'accordo che l'impresa sia parte integrante di un sistema collettivo e che faccia la sua parte però mi sembra che stiamo andando verso un mondo dove le aziende debbano sostituire lo Stato e allora qualche dubbio mi viene.

A livello di Istituto non abbiamo un processo che attualmente è in grado di monitorare questi aspetti che rientrano nel percorso di sostenibilità dal punto di vista sociale. Sicuramente dovremo iniziare a costruirli.

Quali sono gli obiettivi principali dell'Istituto nel garantire e promuovere la qualità della produzione della grappa trentina, sia in termini di disciplinare che di certificazioni?

Oggi abbiamo un disciplinare in autocontrollo volontario, siamo in una fase di cambio, **la grappa trentina è diventata un'indicazione geografica** e quindi prevede una scheda, un piano di controlli, c'è un ente di controllo ed entro l'anno

dovremmo avere un primo giro di certificazione ufficiale. Questo vale sia per la grappa trentina che per quella nazionale. La differenza sta nel fatto che la grappa trentina deve essere prodotta con vinaccia trentina e distillata in Trentino.

Siamo già IG e questo rappresenta un grande cambiamento, è stato nominato un organo di controllo che è la dogana. Quindi entro un paio di mesi dovrebbe chiudersi la questione burocratica e inizieremo a immettere in commercio un prodotto certificato.

Quali sono le peculiarità e gli obiettivi del vostro marchio certificato che raffigura un Tridente?

Dal punto di vista chimico ci sono dei **parametri molto più restrittivi rispetto al disciplinare nazionale**, siamo andati a ridurre i quantitativi di rame e di alcuni elementi come il butanolo, l'acetato di etile, ossia tutte quelle sostanze che rappresentano elementi che rendono chiaro se il processo di distillazione e la gestione della vinaccia sono state realizzate in modo corretto.

Inoltre siamo andati a lavorare sulle componenti organolettiche, dotandoci di una **commissione di assaggio** che definisce se i prodotti sono in linea con il disciplinare o meno. Questo procedimento è unico, nessun consorzio può vantare una commissione di assaggio. Infine la grappa trentina per avere il marchio ufficiale deve essere **distillata entro il Natale** di ogni anno. Sappiamo che la raccolta si effettua in un determinato periodo, se si distilla a marzo la vinaccia difficilmente riesce a conservarsi in maniera adeguata, quindi rischia di avere problemi. Questi sono i 3 elementi principali che ci contraddistinguono.

