# I vitigni della tradizione piemontese nel mondo, interpretati da Cantina Pertinace

scritto da Claudia Meo | 16 Febbraio 2022



La ricca gamma di etichette della cooperativa di Treiso, nel cuore delle Langhe, ha, come è immaginabile, una netta dominante sul "rosso da monovitigno" che rappresenta la grande tradizione piemontese, a partire dal **Barbaresco fino ad arrivare ai Dolcetto e ai Barbera d'Alba e d'Asti.**

E i rossi piemontesi, si sa, hanno nel mondo una corsia già ben sperimentata; il territorio, dal 2014, ha poi visto crescere il suo appeal, anche enoturistico, con il riconoscimento **Unesco di Langhe-Roero e Monferrato come Patrimonio Mondiale dell'Umanità**, per l'eccezionale valore

universale del paesaggio, per la tradizione e la cultura radicate nelle comunità locali.

Abbiamo voluto aprire questo ventaglio, insieme a **Cesare Barbero, direttore di Pertinace**, ed avere la sua percezione sull'attuale apprezzamento dei mercati esteri per i vini della tradizione piemontese maggiormente rappresentati nella gamma della cooperativa.

**Il mercato di destinazione, per le 800.000 bottiglie che rappresentano la produzione di Pertinace, è ancora prevalentemente nazionale**, ma la cantina sta con successo sperimentando la propria presenza all'estero, in particolare negli USA, maggiore mercato fuori confine, con vini che sono ad oggi presenti soprattutto nelle aree di consumo più consolidate come **New York, Illinois, California e Florida.**

**Il Barbaresco è certamente la principale leva di Pertinace** per fare breccia nei mercati esteri, grazie all'universale apprezzamento della Denominazione, che vede diversi Barbaresco nella top 100 dei vini del mondo. Sul Barbaresco si concentra la maggiore azione di promozione della cantina. Con le sue 4 etichette, fra le quali spiccano quelli provenienti dalle menzioni geografiche aggiuntive di **Castellizzano, Marcarini e Nervo,** Pertinace porta all'estero tutta l'eleganza, la complessità, e il grande potenziale evolutivo del nebbiolo. Ordini diretti stanno arrivando anche dal Texas, ma la diffusione, in primis del Barbaresco, **sta interessando anche altri stati USA,** grazie anche alla collaborazione con la catena Costco.

**L'avanzata del Dolcetto oltre confine sconta invece ancora alcune problematiche di sistema**, in primo luogo legate ad un nome che non rende merito della sua piacevolezza, versatilità e grande abbinabilità a tavola. La sua "fortuna" nelle zone di origine, ma anche in Lombardia e nel resto del Nord Ovest, dove è molto presente sia in ristorazione che il GDO, **per Pertinace ha comunque significato, negli anni, la sostituzione**

**dello sfuso con l'imbottigliato,** grazie ad una profonda convinzione delle potenzialità di questo vino. Se però si guarda oltre confine**, il Dolcetto avrebbe bisogno di mirate azioni strategiche di promozione**, anche e soprattutto a livello consortile, per creare familiarità con il consumatore straniero.

**La denominazione Barbera d'Alba, che vanta una grande diffusione e conoscenza sul mercato americano e del Nord Europa,** è stata protagonista, negli anni, di una importante evoluzione dal vino "rustico" che era negli Anni 80-90 al prodotto più morbido e avvolgente che a partire dal 2000 ha conquistato i mercati esteri. Non sconta i problemi di immagine del Dolcetto e sta ricevendo ottime recensioni, grazie anche alla fascia di prezzo decisamente interessante. **In USA e Nord Europa questo Barbera garantisce importanti presenze**, con numeri peraltro in crescita.

Il **Langhe Nebbiolo** sta guadagnando molta fortuna oltre confine, grazie ad una leva prezzo eccezionale, soprattutto considerata la materia prima, che condivide con i grandi piemontesi, che all'estero gode di apprezzamento indiscusso. **Di fatto rappresenta il prodotto di ingresso per una fascia di vini più importanti** e, con il corredo gustativo prodotto dai suoi 9-12 mesi di invecchiamento, **sta conquistando Stati Uniti e Nord Europa.**

**Con questi assi nella manica Pertinace continua il suo cammino verso l'estero partecipando a fiere di settore,** collaborando con riviste internazionali e promuovendo on-line le proprie etichette; le iniziative individuali si combinano con quelle realizzate nell'ambito di **The Wine Net, rete tra le eccellenze cooperative italiane**, che vedrà nei prossimi mesi la partecipazione di **Pertinace a Vinexpo, Vinitaly, Prowein, e Cibus**, con stand e iniziative condivise con le altre cooperative retiste; mentre cresce anche l'operatività dell'e-shop di The Wine Net, con un'offerta di oltre 130 referenze, **per una gamma altamente rappresentativa del vino cooperativo**

**italiano.**