

Balestri Valda, parola d'ordine credibilità

scritto da Fabio Piccoli | 13 Ottobre 2016



Se volete avere un punto di osservazione privilegiato (nel senso letterale del concetto) della territorio del Soave consigliamo vivamente di andare da Balestri Valda e prima di varcare il cancello dell'azienda, fermatevi ed uscite dalla vostra auto e voltatevi di 180 gradi. Quello che vi troverete davanti è uno dei più suggestivi paesaggi vitivinicoli del nostro Paese e con pochi eguali anche a livello mondiale.

E questo non è solo un parere soggettivo dal momento che proprio nei mesi scorsi il Ministero delle politiche agricole ha conferito alle "Colline vitate di Soave" l'importante riconoscimento come primo paesaggio rurale di interesse storico d'Italia.

Un riconoscimento che trova una concreta dimostrazione proprio in aziende come Balestri Valda che da decenni hanno investito nel costruire e, soprattutto, preservare un paesaggio così

straordinario.

Ne è ben consapevole Laura Rizzotto, titolare assieme al papà Guido e a suo fratello Luca dell'azienda di famiglia. "Si ricordi di scrivere " puntualizza Laura – che in azienda è ancora fortemente attivo anche nonno Cirillo che ha 95 anni ma ogni giorno è puntuale in cantina".

Laura ha 33 anni e rappresenta in maniera eccellente non solo il cambio generazionale in atto nella denominazione del Soave ma anche la straordinaria crescita dell'imprenditoria "rosa" del vino. Imprenditrici a tutto tondo, capaci di coniugare grande professionalità, competenza a passione ed intuizione. Non un caso isolato ma una caratteristica evidente nel Soave e che dimostra il ruolo sempre più importante delle donne nel settore vitivinicolo.

Laura ha le idee molto chiare e non ha paura di mettersi in gioco, consapevole che l'eredità che ha raccolto è di quelle importanti ma anche difficili.

"Negare che il Soave oggi si stia confrontando con una fase di mercato difficile, sarebbe sbagliato e per certi aspetti anche pericoloso". " spiega Laura.

"Non c'è ombra di dubbio " prosegue Laura – che da un lato le difficoltà oggettive del mercato, con una concorrenza nazionale ed internazionale sempre più spinta e, dall'altro, le problematiche interne alla nostra denominazione, non stanno facilitando il nostro compito soprattutto sul fronte della commercializzazione e del posizionamento del Soave".

Ma se le problematiche "esterne" sembrano non preoccupare troppo la giovane titolare di Balestri Valda, sono le questioni "interne" a renderla meno fiduciosa.

"Io penso che il mercato, seppur difficile, possa rappresentare anche per il futuro una importante opportunità per il Soave " sottolinea Laura " ma è fondamentale che riusciamo ad uscire da uno stato di confusione permanente senza riuscire a costruire una identità e reputazione chiara e credibile".

E per Laura Rizzotto l'immagine "confusa" del Soave è dettata oggi più che mai dalla non chiara differenziazione tra le

diverse tipologie delle strutture produttive.

“Non si tratta di fare le solite ed inutili guerre ideologiche alla cooperazione ” puntualizza Laura ” ma è indubbio che non si può costruire una reputazione credibile e sostenibile dal punto di vista economico se non si crea una chiara differenziazione tra le produzioni artigianali, dei vignaioli, e quelle industriali in particolare, almeno a Soave, delle grandi cooperative. Ma non solo, voglio essere chiara, la responsabilità di questo stato di confusione e di conseguente scarsa percezione della nostra denominazione è dettata anche da quelle piccole realtà che purtroppo cadono nell’errore del prezzo basso, del saldo continuo”.

Riguardo a quest’ultimo aspetto Laura evidenzia come “almeno sul fronte del presidio del prezzo ci dovrebbe essere molta più coesione e condivisione tra i vignaioli del Soave”.

Ma per dare credibilità forte al Soave sono anche altri i fronti che vanno presidiati secondo la giovane manager che in azienda si occupa in particolare dell’export e della comunicazione.

“Come azienda abbiamo ritenuto, ad esempio, fondamentale ” racconta Laura ” fare la scelta della produzione biologica e di garantirla (non a parole) ma attraverso la certificazione ufficiale. Ecco io penso che il garantire il rispetto ambientale non come slogan ma come scelta produttiva sia oggi una scelta inderogabile per una denominazione che vuole avere credibilità e autorevolezza sui mercati mondiali. In particolare la già complessa e unica vitivinicoltura di collina dovrebbe essere ancor più valorizzata da scelte produttive più “estreme” capaci di evidenziare la nostra unicità”.

Il cerchio della credibilità si potrebbe chiudere, secondo Laura Rizzotto “cercando di credere fino in fondo all’anima più autentica del Soave ed in particolare nella grande Garganega. Su questo fronte noi abbiamo scelto di essere il più possibile aderenti alle caratteristiche più autentiche di questo vitigno cercando anche nei processi di vinificazione di non snaturare questa identità. Una scelta per certi aspetti coraggiosa, magari talvolta non in sintonia con alcune tendenze modaiole del mercato, ma l’unica a nostro parere in

grado di garantirci riconoscibilità oggi e nel futuro".