

La Piacenza del vino si affaccia al mondo

scritto da Agnese Ceschi | 24 Aprile 2015



Vento d'Expo chiude la prima tre giorni di incoming con dieci giornalisti esperti di Food&Wine a livello internazionale, per far conoscere le eccellenze vitivinicole del territorio piacentino in occasione di Expo 2015. L'evento, organizzato da Coldiretti Piacenza ed Emilia Romagna, in collaborazione con Proposta, ha avuto come fulcro un Walk Around Tasting svoltosi il 22 aprile nella suggestiva cornice del Castello di San Pietro in Cerro in cui i 10 giornalisti sono stati coinvolti in una degustazione in movimento alla scoperta di 33 aziende vinicole del territorio piacentino.

Wine Meridian era presente all'iniziativa e ha raccolto le impressioni dei partecipanti per misurare il termometro delle aspettative, delle difficoltà e dei progetti rispetto ai

mercati internazionali.

Rispetto alle aspettative iniziali, quali sono dunque gli obiettivi del progetto? "I percorsi, le emozioni, che questo tour trasmetterò agli ospiti, sono finalizzate a far percepire l'Emilia Romagna come capitale del cibo di qualità" afferma il presidente Coldiretti Piacenza, Luigi Bisi.

Secondo il Presidente del Consorzio Tutela Vini DOC dei Colli Piacentini, Roberto Miravalle, "questo incoming è un'occasione preziosa di formazione per i produttori prima di tutto, che hanno l'opportunità di entrare in contatto con giornalisti di testate internazionali e capire come comunicare i propri prodotti sui differenti mercati. Raccoglieranno suggerimenti e idee e potranno farsi delle domande su come poter migliorare: ad esempio se hanno le conoscenze linguistiche adeguate o se il loro materiale informativo è completo e adatto".

Passiamo dunque la parola ai produttori per capire cosa stanno facendo per promuovere i loro prodotti sui mercati internazionali. Per la metà degli intervistati le azioni a livello internazionale sono ancora molto poche, allo stadio iniziale di un percorso di esportazione dei prodotti e dei brand, come il Gutturmo, conosciuto in Italia, ma pressoché sconosciuto all'estero.

C'è qualcuno però che sta già esplorando i mercati, anche i più inusuali, come Patrizio Campana (La Ciocca) che da alcuni anni sta vendendo i suoi vini in Mongolia. "La Mongolia è un Paese curioso verso i vini italiani, è presente un'élite con un forte potere di spesa che chiede tastings e apprezza i nostri prodotti".

Pietro Gazzola (Gazzola) si è invece spinto alla realizzazione di un prodotto con un'etichetta che possa colpire il mercato americano. "Sparks- Chardonnay" è un'etichetta mirata a creare un'identità chiara che il consumatore americano possa riconoscere come vino frizzante, un prodotto che si avvicina al Prosecco (che tanto piace in terra americana) ma con prezzi inferiori.

Rispetto alle difficoltà riscontrate sui mercati esteri i produttori sono quasi tutti concordi nell'identificare il

prezzo come punto critico nella contrattazione. "Ci vengono spesso richiesti prezzi troppo bassi che non portano grandi margini di guadagno, specialmente in mercati come gli USA" dice Ilaria Montesissa delle omonima azienda vinicola.

"Chi presenta il Gutturmo molte volte si sente chiedere: cos'è? - dice Marco Lusignani (Lusignani) - Perciò noi stiamo puntando a far conoscere in primis questo vino sul mercato inglese, successivamente proveremo ad introdurre i vini frizzanti e chissà un giorno il nostro rinomato Vin Santo di Vigoleno".

In conclusione Graziani Terzoni dell'azienda vinicola Podere Pavolini racconta come "prima di far conoscere i vini al mercato internazionale sia necessario individuare una precisa identità aziendale per poterla comunicare in maniera efficace e sapersi distinguere. Io realizzo ancora i miei vini frizzanti con il metodo ancestrale, per conservare la personalità tipica della mia provincia". Quanto detto è sicuramente vero: la personalità e l'identità sono sue elementi distintivi nel processo di internazionalizzazione dei vini italiani. E così la giornata si conclude e i vini piacentini danno appuntamento alla prossima puntata in cui incontreranno buyer internazionali e chissà che possano concludere interessanti contatti!