

Tempo di auguri un'occasione buona per

scritto da Fabio Piccoli | 22 Dicembre 2017



Ormai è Natale e tra qualche giorno chiuderemo questo 2017 che, almeno per noi del vino, ricorderemo per una delle vendemmie più magre dell'ultimo ventennio (probabilmente inferiore ai 40 milioni di hl stimati) e per un export che crescerà ancora un po' superando i 6 miliardi di euro ma con una sensazione di potenzialità ancora non ben sfruttate dal nostro comparto.

Quest'anno, però, abbiamo deciso di non scambiarci gli auguri attraverso una serie di numeri, di bilanci economici del nostro settore, ma raccontando alcune storie positive, per vari motivi del nostro mondo vitienologico.

Le raccontiamo come se fossimo davanti ad un caldo caminetto,

senza una precisa gerarchia di importanza, ma con il desiderio di darci la forza attraverso il racconto di storie, di esperienze che testimoniano anche il coraggio, la vitalità, l'anima di questo settore.

Iniziamo da una piccola storia, quella di Angelo De Pieri, un piccolo produttore dei Colli Berici, in provincia di Vicenza, per anni conferitore di una cooperativa e che nel 2017 ha deciso di imbottigliare il suo primo vino. Un Prosecco sui lieviti che si chiama "La Rovesciata" che rappresenta sia il gesto di ruotare la bottiglia per mettere in sospensione i lieviti ma anche la metafora di un gesto atletico difficile, molto coraggioso. Come difficile e coraggioso è fare oggi l'imprenditore del vino in un'epoca dove non esistono certezze e le evoluzioni sui mercati avvengono ad una velocità decuplicata rispetto al passato.

Da un'azienda giovanissima ad una che può fregiarsi realmente, senza forzature, come pochissime altre, il termine di "storica": Bertani. Nel 2017 Bertani ha festeggiato due straordinari Cinquantenari dell'Amarone Classico Bertani, le 50 Vendemmie (dal 1958 al 2008) e il ritorno sul mercato dell'annata storica 1967 (1967-2017). Due Cinquantenari che raccontano la storia di un'azienda che è riuscita a non rincorrere le mode dei tempi, a sfidare le pressioni del mercato in nome della coerenza e del rispetto dell'autenticità del proprio territorio di produzione e dei propri vitigni. Una coerenza però vincente che testimonia oggi alle imprese più "giovani" che si può investire nella propria identità senza paura se si riesce con competenza e coraggio ad essere credibili.

Ma vogliamo raccontarvi anche di Francesca Moretti, amministratore delegato del gruppo Terra Moretti (Bellavista, Contadi Castaldi, Petra, Sella & Mosca, Acquagiusta e Teruzzi Puthod), ma non in relazione al coraggio imprenditoriale che li ha portati ad acquisire il colosso della vitienologia sarda Sella & Mosca, ma per una cosa solo apparentemente più piccola. Francesca ha scritto, insieme a Laura Lazzaroni e Gianluca Biscalchin, un libro illustrato che si intitola "Uvaspina alla scoperta della vigna", un esempio straordinario di come fare entrare i bambini nel nostro mondo del vino. E la cosa bellissima è che lo fa non solo con una straordinaria

capacità narrativa ma anche con contenuti per nulla banali partendo dal presupposto che i bambini sono in grado di capire le cose, anche complesse, molto meglio di quanto noi adulti spesso pensiamo.

Un'altra storia che ci teniamo a raccontare è quella della Vinitaly International Academy (VIA), fortemente voluta da quel vulcano che risponde al nome di Steve Kim e presieduta dal bravo Ian D'Agata, nata nel febbraio 2014 e che in poco più di 3 anni è riuscita a certificare 131 ambasciatori del vino italiano rappresentanti di ben 22 Paesi. Un esempio di come costruire una rete di autorevoli ambasciatori del vino italiano nel mondo, un fattore fondamentale per aumentare la conoscenza sui nostri vini nei mercati più importanti del mondo. Il nostro export, siamo convinti, crescerà in maniera direttamente proporzionale al livello di educazione nel mondo sul nostro vastissimo patrimonio vitienologico.

Ma non si può non citare in questa fine 2017 Marilisa Allegrini, la prima donna del vino italiana a meritarsi la copertina di Wine Spectator. Un esempio straordinario di imprenditorialità femminile nel mondo del vino (per fortuna le donne del vino sono sempre di più e questo non può che renderci più ottimisti) ma anche un'importante dimostrazione di come si può comunicare al meglio la nostra italianità, il nostro stile di vita, la nostra eleganza.

Un pezzo di questa storia lo merita sicuramente anche Fico (Fabbrica italiana contadina), l'ultima geniale creatura di quel visionario e coraggioso Oscar Farinetti. Un esempio di creatività italiana ma anche uno strumento ideale per veicolare cultura (oltre 40 laboratori aperti al pubblico nell'ex mercato ortofrutticolo di Bologna) rispetto alle più autentiche produzioni agroalimentari italiane.

Un'altra storia più piccola è quella di Marilena Barbera che da anni testimonia come si può essere un piccolo artigiano del vino italiano e, nonostante le dimensioni limitate, diventare famosi e autorevoli nel mondo (è considerata tra i maggiori influencer del vino grazie anche alla sua straordinaria attività di comunicazione attraverso il suo blog aziendale). E tra le piccole storie, che alla fine sono quelle che preferiamo e che troviamo più rappresentative del vino italiano, quella di Andrea Cortonesi, un piccolo produttore di Montalcino, titolare dell'azienda Uccelliera, che con il suo

Brunello di Montalcino 2010 si è “portato a casa” i 98 punti di Wine Spectator, un riconoscimento straordinario frutto della coerenza e del rispetto della sua terra.

Chiudiamo questa brevissima serie di racconti positivi, ne potremmo scrivere fortunatamente migliaia, con una storia che ci riguarda, non per autocelebrarci, non è nel nostro stile, ma per esprimere la nostra soddisfazione e anche, se vogliamo, un sano orgoglio.

Per noi il 2017 si chiude con la nascita di un progetto per noi molto importante e che speriamo possa dare un contributo utile alle imprese del vino italiano: Wine Campus, due percorsi formativi, uno dedicato agli imprenditori del vino ed uno agli export manager. Due percorsi innovativi che abbiamo concepito non solo per dare “informazioni” ma anche e soprattutto per creare una maggiore consapevolezza agli imprenditori e ai manager del vino italiani.

Il vino italiano non deve aver paura del futuro se crescerà la capacità imprenditoriale e le competenze dei suoi manager.

Perché questo avvenga noi abbiamo deciso di mettere al “centro del gioco” le persone. Sono e saranno sempre di più loro la chiave del successo del vino italiano nel mondo.

Buon Natale e Buon 2018 a tutti coloro che ci spronano ogni giorno ad essere migliori.