

Tenuta Sant'Antonio, le ragioni del successo

scritto da Fabio Piccoli | 29 Dicembre 2015



Seguiamo Tenuta Sant'Antonio praticamente dal suo inizio, quando, a metà degli anni 90, i quattro fratelli Castagnedi (Armando, Tiziano, Paolo e Massimo) decisero di fare il grande passo da conferitori a cantina sociale a trasformatori e imbottiglieri delle proprie uve. Un passo che visto oggi sembra una cosa naturale, quasi ovvia per un'azienda da numerose generazioni coinvolta nella coltivazione di vigneti ma che vent'anni fa non poteva certo immaginare cosa sarebbe riuscita a realizzare.

In quegli anni, infatti, la Valpolicella, a partire dal re Amarone, non godeva di quel successo che oggi tutti noi conosciamo. L'azienda non era ubicata nella prestigiosa Valpolicella Classica ma in quella che all'epoca veniva definita in maniera quasi dispregiativa "Valpolicella allargata". La Val di Mezzane, infatti, non godeva certo nei primi anni 90 di quell'immagine e notorietà che oggi tutti gli riconoscono. In quegli anni "solo" Romano Dal Forno era riuscito ad accreditarsi con successo nonostante la sua non appartenenza alla zona Classica.

Ma sicuramente il suo esempio fu importante anche per Tenuta Sant'Antonio e per altre realtà che in quegli anni iniziarono ad affacciarsi sul panorama vitivinicolo della Valpolicella come Corte Sant'Alda e Roccolo Grassi, tanto per citare le più

note.

Oggi analizzare il successo di Tenuta Sant'Antonio significa capire che essere competitivi nel mercato vitivinicolo non è certo frutto di fortuna e casualità bensì di coraggio, intraprendenza, competenza e gioco di squadra.

I fratelli Castagnedi sono un esempio straordinario di come si può costruire un'impresa familiare di successo. Sappiamo quanto sia complesso e talvolta precario gestire una piccola impresa familiare dove gli equilibri sono sempre difficili da trovare. Ma i fratelli Castagnedi sono la perfetta dimostrazione che se si accettano e si rispettano i diversi ruoli all'interno dell'azienda, l'azienda familiare si può trasformare in una straordinaria "macchina da reddito".

La parola d'ordine in casa Castagnedi è sempre stata la "complementarietà", e per questo mai nessuno ha messo in discussione in tutti questi anni il ruolo chiave di Armando sul fronte dell'export, di Tiziano sul fronte del mercato Italia, di Paolo, il re della cantina e di Massimo il responsabile della gestione dei vigneti.

"Non significa" racconta Armando Castagnedi che abbiamo incontrato in questi giorni per fare un bilancio dell'annata 2015 che ci disinteressiamo di quello che fanno gli altri fratelli ma pur in un confronto costante teniamo sempre fede al principio di rispettare al massimo ruoli e responsabilità. L'unico modo per far funzionare al meglio un'azienda familiare che non si può assolutamente permettere divisioni al suo interno".

Dopo la famiglia la seconda chiave di successo dell'azienda è stata certamente quella di puntare fin da subito alla massima qualificazione della sua produzione. Non a caso a pochissimi anni dal loro esordio l'Amarone Campo dei Gigli riuscì a conquistare la critica enologia sia nazionale che internazionale.

"Un lavoro in vigna straordinario" sottolinea Armando che è sempre stata la nostra primaria passione e investimento. Non a caso tutta la nostra crescita produttiva è legata ai nostri vigneti, all'acquisto e alla gestione di nuovi impianti. Non

abbiamo mai pensato di slegare i nostri vini dalle nostre vigne”.

Ma famiglia e vigneti di qualità non sarebbero stati sufficienti se non vi fosse stato anche il coraggio. Coraggio, innanzitutto, di prendere la valigia e di andare a cercarsi i mercati in giro per il mondo. “Ricordo ancora le paure iniziali e evidenzia Armando quando dovevo incontrare importatori negli Stati Uniti con il mio inglese ancora molto limitato. Quello che mi spingeva a superare i miei limiti era la consapevolezza di avere grandi prodotti e la percezione che avrei dovuto essere io in prima linea a promuoverli, a raccontarli”.

Coraggio abbinato sempre ad umiltà: “Siamo stati e sempre saremo coscienti dei nostri limiti e spiega Armando e per questo fin da subito abbiamo capito l'importanza di avvalerci di consulenti e collaboratori capaci, in grado di accompagnarci al meglio in un lavoro affascinante ma anche molto complesso”.

Ma coraggio anche nell'innovare sia in termini di prodotto che di strategie di marketing e commerciali: “Ci siamo sempre voluti mettere in discussione e sottolinea Armando e pur preservando con attenzione la nostra identità autentica abbiamo accettato la sfida anche dei cambiamenti del mercato. Da questa visione, ad esempio, sono nate la nostra linea Scaia, che interpreta con attenzione e originalità uve tipiche del nostro territorio come la Corvina e la Garganega dando per loro un significato moderno ad una tradizione antica, e la linea Telos, una linea di vini prodotti senza l'aggiunta di solfiti, secondo una metodologia di produzione rigorosa, innovativa e da agricoltura integrata.

L'elemento fondamentale che rappresenta una sorta di collante di tutti gli altri per un successo credibile e duraturo è la lungimiranza. “È stato fondamentale per noi capire presto e racconta Armando che i vini della Valpolicella, nonostante la loro lunga storia, avevano ancora ampi margini di crescita. Intuimmo che il nostro territorio della Val di Mezzane aveva una vocazionalità straordinaria per la produzioni non solo di

vini eccellenti ma anche a forte appeal internazionale. Ma soprattutto ci siamo resi conto fin dall'inizio il nostro successo sarebbe dipeso dalla nostra pazienza di investire nel tempo".

E oggi quale è lo stato d'animo e le visioni future di Tenuta Sant'Antonio?

"Chiudiamo un 2015 molto positivo sia in termini di qualità delle produzioni con una vendemmia sicuramente tra le migliori della nostra storia è evidenza Armando è sia in termini di mercato che si è ampliato sia in Italia che, soprattutto all'estero. Abbiamo proseguito con i nostri investimenti in vigna (in controtendenza rispetto a molte altre aziende) e cercato di consolidare i mercati internazionali dove siamo più presenti (Usa e Germania in primis) a sviluppandone di nuovi (a partire dalla Cina dove riteniamo di avere individuato un modello di espansione corretto per un'azienda delle nostre dimensioni). Per il futuro puntiamo ad uno sviluppo sempre più equilibrato delle nostre produzioni dove sia le linee tradizionali che quelle più innovative si bilancino sempre con grande attenzione".

Ecco, ci eravamo dimenticati di un'altra importante caratteristica per il successo duraturo, l'equilibrio.