

## La lega che vorremmo

**Due grandi eventi, due le sedi, due i "blend" aziendali coinvolti, unico è leit motiv, che è anche esempio da seguire: l'unione (intelligente) fa la forza**

### Roma - Istituto del Vino Italiano di Qualità - Grandi Marchi

Scrivendo Veronelli nella sua divertita, ma intelligente opera di costante bastiancontrario, che la sua definizione personale di "top" risiedeva, deformandone l'etimologia anglosassone, in "toppa", ovverossia pezza d'appoggio, ironizzando così sulle facili autocelebrazioni da parte di chi detiene potere creando virtuali discriminazioni qualitative.

Ma come definire diversamente le aziende che compongono l'Istituto del Vino Italiano di Qualità - Grandi Marchi, se non Top Brand? L'ordine alfabetico li vuol così citati: Antinori, Biondi Santi, Ca' del Bosco, Carpenè Malvolti, Michele Chiarlo, Donnafugata, Gaja, Jermann, Alois Lageder, Lungarotti, Masi, Mastroberardino, Pio Cesare, Rivera, Tasca d'Almerita, Tenute Ambrogio e Giovanni Folonari, Tenuta San Guido, Umani Ronchi. Diciotto firme dell'italico enouniverso unite da una lunga tradizione produttivo-commerciale legata fortemente al territorio attraverso uno spirito impen-

ditoriale basato sulla solidità familiare la cui prestigiosa attività sia internazionalmente riconosciuta. Ma attenzione: nessun autocompiacimento, anche perché qui la qualità è tangibile oggettivamente (oltre ad un fatturato totale di 300 milioni di euro), ma solo un'intenzione, quella di donare all'immagine del vino italiano nel mondo una potenza rappresentativa ed operativa ancora più forte di quanto già le singole aziende siano in grado di attuare, agendo sui mercati mondiali e perseguendo la via degli educational per una crescita, anche nei nuovi bacini di utenza, della cultura enologica nostrana.

Dalla sua nascita, nel 2004, l'Associazione Grandi Marchi ha promosso e organizzato a Mosca, Shangi, Nuova Delhi, Tokyo, Miami, (cioè le nuove frontiere dell'alta fascia di utenza), seminari, workshop per ristoratori e commerciali ed incontri in cui la stessa filosofia del vivere italiano, fatta di cultura della propria terra e capacità di apprezzarne con eleganza l'eccellenza dei suoi prodotti, è il vero ambasciatore, la cui autorevolezza, di certo,



in questo ambito, non sarà mai messa in discussione.

Ma l'operazione, celebrata il 4 maggio

scorso a Roma, presso il Regina Hotel Baglioni, con l'incontro intitolato "La forza della viticoltura europea nel mercato globale del vino di qualità", ha, inoltre, economicamente, precise istanze motivazionali, come ha chiarito Piero Mastroberardino, intervenuto in conferenza stampa, tra l'altro, il giorno del suo compleanno: l'analisi è partita dallo status economico in cui verte l'intera filiera vitivinicola europea, al centro di una difficile transizione tra un passato sistema produttivo / gestionale circoscritto ed, in fondo, autoreferenziale, proprio perché privo di un vero e proprio raffronto con l'extra europeo ed una realtà attuale in cui emergono chiari segni di erosione della competitività del prodotto europeo, spesso non più rispondente alle rinnovate esigenze dimensionali e di dinamismo comunicazionale frutto del mercato globalizzato; da una parte, l'uscita definitiva della bottiglia come oggetto elitario, ma anzi ora simbolo della colonizzazione di nuove e più ampie fasce di consumo, dall'altra il confronto tra le regolamentazioni nostrane, qualitativa-

mente più restrittive, ma pesantemente burocratizzanti unite agli alti costi produttivi per metro quadro (includendo i valori immobiliari ed il prezzo della manodopera) ed il dinamismo del più recente sistema extraeuropeo, inducono alla necessità di profonde riflessioni su ciò che veramente attualmente possa essere considerato un plus del made in Europa, ed ancor più in Italia, che dell'Europa testimonia, per ovvie ragioni macroeconomiche, le difficoltà maggiori. E se di tipicamente italiano un ruolo fondamentale finora è stato giocato dall'estrema



vocazione delle nostre aree, meno estese ma qualitativamente assai concentrate oltre che dalla capacità imprenditoriale di molte aziende nazionali, è altrettanto vero che le stesse nostre dimensioni produttive non garantiscono un'adeguata organizzazione internazionalmente competitiva; specie se sotto l'egida di un sistema di denominazioni di origine non sempre dialogante con referenze non europee, derivato da un'ottica CEE sempre mirata ad un raggio d'azione "locale", mentre il

confronto è planetario. Una rivoluzione normativa è d'uopo, unita ad un programma d'investimenti in cui la comunicazione rivesta un ruolo rilevante atto a creare una ricettività anche culturale nei paesi a maggior sviluppo neocapitalistico: e qui entra in gioco la politica dell'union branding. Per cui l'esperienza dell'Istituto Grandi Marchi, oltre che pionieristica, va considerata esemplare dell'Italia nell'ambito del panorama internazionale. Ed anche la Campania, aggiungerei, nella sua

speciosa situazione di simbolo atavico stesso del concetto-vino, così favorevolmente dotata di innumerevoli combinazioni di terroir, ma al contempo vittima di un certo ritardo nell'allineamento aziendale a metodi e gestioni idonee, di intoppi amministrativi e sterili schieramenti e soprattutto di un diffuso ed a volte cieco individualismo, avrebbe, nella molteplicità della gamma produttiva, buon agio di concretizzare, mutatis mutandis, azioni sinergiche extra nazionali per dare un

► nuovo impulso alla diffusione della propria cultura qualitativa.

Notarella enologica a piè di pagina: per l'occasione, a fine conferenza, i 18 produttori hanno esibito con dovizia altrettante enochiche in degustazione, allineate sulla panoramica terrazza del Baglioni baciata dall'aranciato tramonto primaverile romano, scelte o per capacità rappresentativa o per preziosità tout court; tutte degne di nota, ma per brillante atipicità val la pena sciarbotare nella mente lo Chardonnay Löwen-gang offerto da Alois Lageder, forte di ben 10 anni di invecchiamento, dal burro vanigliato inconfondibile pur equilibrato; e vengono alla memoria la conferma del Tignanello 2001 e del Barbaresco Gaja 01; la stupenda, minimale essenzialità del Franciacorta Ca' del Bosco Dosage Zero



l'Asia con le complesse nuove realtà micro e macroeconomiche, l'attività del Consorzio non ha visto ancora discontinuità gestionali, grazie ad un

elemento altrove poco considerato, ma qui fondamentale: l'amicizia. Proprio il fattore umano, nato dalla comune attività "esplorativa" all'estero dei titolari a volte in prima linea ad organizzare educational in Oriente e cresciuto dall'interazione affettiva dei componenti familiari delle aziende che ora spingono le nuove generazioni, gioca un ruolo fondamentale anche nell'ergonomia del Consorzio, riducendo costi di personale intermediario e favorendo una schietta ma feconda circolazione di informazioni possibile strategicamente anche grazie alla non sovrapposibilità della gamma produttiva. Mentre scrivo i Grandi Vini presenziano ad Hong Kong il Vinexpo Asia, la cui importanza nel marketing internazionale è attualmente ritenuta capitale.

Come si è detto all'inizio, due ambiti diversi, ma una comune volontà nel proporre sinergicamente i motivi ed i plus della cultura ed del lifestyle italiano, inteso non solo come estetizzante creatore e consumatore di griffes, ma come testimone di un'intelligente capacità di rinnovare, preservandoli, i valori sostanziali del nostro territorio: non a caso l'anello di congiunzione delle due unioni è Michele Chiarlo, pioniere assoluto di tecniche vinificatorie insieme a pochi altri grandi italiani, produttore (tra l'altro) di tre crus assoluti di Barolo sì, ma soprattutto grande interprete di un'arte che, a prima vista sembrerebbe sparire sotto gli occhi di tutti: quella di saper vivere con orgoglio, ma senza sfarzo, i propri meriti.

*Ferdinando Polverino De Laureto*

millesimo 2001, la perfezione strutturale del Mille e una Notte Donnafugata 2002; la complessità aromatica del Cerequio 1996 Chiarlo, un cru tra i cru del Barolo.

#### Verona – 20 anni del Consorzio Grandi Vini

Il primo degli appuntamenti celebrativi del ventennale della nascita del consorzio Grandi Vini ha scelto il giorno precedente l'apertura dei lavori del Vinitaly 06 nonché sede attigua: la sinergia è del tutto coerente con la tradizionale Cittadella dei Grandi Vini, espressione del Consorzio presso l'annuale kermesse veronese che quest'anno, agli stand E7 E8 al padiglione 7 ha ulteriormente rafforzato la propria immagine legata all'unione di otto grandi produttori italiani. Le aziende Bisol, Carpineto, Umberto Cesàri (Medaglia d'oro al Wine Competition di Londra per il miglior Sangiovese del mondo e primo produttore di Wine fragrance al mondo), Michele Chiarlo, Garofoli, Mantellassi, Pighin e Villa Girardi, hanno dunque celebrato, con degustazioni, musica lounge ed un'installazione artistica di Alfredo Pesce (Working Glass) 20 anni di attività sinergica nella promozione, diffusione e crescita del vino italiano, che attraverso la rappresentatività ed i mezzi messi in comune, ha potuto, dall'anno della creazione (1987) voluta da A. Mario Zaccheo e Michele Chiarlo, spingersi pionieristicamente in nuovi territori di utenza di fascia alta nel mondo con un innegabile effetto traino per altre produzioni. Raggiunte prima Svizzera, Germania e Nord America e poi, attualmente,

