

veneto

Il Sommelier



Periodico informativo dell'Associazione Italiana Sommelier del Veneto • www.aisveneto.it



Dalla *crawatta* alla *vigna*

Sono imprenditori affermati e con un business consolidato. Ma hanno deciso di far prevalere la passione e dedicarsi a tempo pieno (o quasi) alla viticoltura. Con soddisfazione? --
Ecco le loro storie

FORUM SPUMANTI

Nuove schede di degustazione:
una proposta Ais

CHARME SOMMELIER

Due veneti trionfano
al concorso

INIZIATIVE

Un premio alle migliori
carte dei vini

Quando il manager scende in vigna

focus



INVESTIRE NEL VINO CONVIENE ANCORA?
STORIE DI QUATTRO CELEBRI IMPRENDITORI
VENETI CHE HANNO DECISO DI COLTIVARE
(NEL VERO SENSO DELLA PAROLA)
LA LORO PASSIONE PER L'ENOLOGIA.
SI RACCONTANO: RENZO ROSSO DELLA
DIESEL, L'IMPRENDITORE TESSILE
GIANCARLO PALLA, EGIDIO DAL
COLLE DELL'INDUSTRIA DOLCIARIA
OMONIMA E RENATO GENOVESE
DI FRACARRO RADIOINDUSTRIE

I Investite in vino, male che vada potrete sempre berlo. La celebre frase di Gianni Agnelli si adatta perfettamente al focus di questo numero. Parliamo infatti dei neo-viticoltori, industriali, ma anche vip, attori, cantanti e sportivi che, attratti dal miraggio del business enologico, ma più spesso per la pura gratificazione personale di produrre bottiglie col proprio nome inciso sopra, si sono gettati nella mischia del difficile mercato vitivinicolo. L'elenco è abbastanza lungo e parte dallo stilista Ferruccio Ferragamo, che ha messo passione, idee e

capitali nella tenuta agricola aretina de Il Borro, continua col re dell'abbigliamento casual Renzo Rosso, che ha creato la Diesel Farm, e arriva a comprendere anche il celebre fotografo Oliviero Toscani, che da poco ha inaugurato la produzione vinicola della sua tenuta toscana. Ci sono poi sportivi come il pilota di formula uno Jarno Trulli, il calciatore Paolo Rossi e Francesco Moser; attrici come Stefania Sandrelli, Ornella Muti e Carol Bouquet; cantanti come Albano, Lucio Dalla e Ron. Molte sono anche le star internazionali che hanno scelto l'Italia per produrre i propri vini, da Mick Hucknall dei Simply Red con il Nero d'Avola, a Sting in Toscana, da Peter Gabriel in Sardegna con il Cannonau a, last but not least, Bob Dylan, che ha creato i propri vini nelle Marche (vedi pag. 39). Un'attrazione, quella dei vip per il vino italiano, iniziata verso la metà degli anni Novanta, periodo d'oro per l'enologia italiana. Che, nonostante un po' di magra del mercato e la sempre più spietata concorrenza straniera, continua tutt'ora, pur fra alti e bassi. Del resto, già un paio d'anni fa un'indagine dell'Università di Firenze realizzata su un campione di 160 aziende, avvertiva che gli spazi per chi investe nel mondo del vino, pur restando aperti ed appetibili, sono concessi soltanto a chi è già nel settore, ha una storia e usa l'investimento come ampliamento del proprio business. Sono invece chiusi per chi vuole investire nel mondo del vino provenendo da un altro settore: in questo caso l'investimento non può avere velleità economiche, ma soltanto eccedentarie. Per capirlo meglio abbiamo sentito quattro imprenditori veneti, accomunati dalla passione per il vino sul quale continuano ad investire ed, in qualche caso, a preferire all'attività principale: Renzo Rosso, titolare del celebre marchio d'abbigliamento Diesel che una decina

d'anni fa ha deciso di mettere in pratica la sua passione per il vino creando Diesel Farm, Giancarlo Palla, imprenditore tessile che nel 1973 acquistò l'azienda del Conte Loredan Gasparini, considerata "uno dei più bei gioiattoli dell'enologia italiana", il veronese Egidio Dal Colle, che dall'industria dolciaria omonimo si sta dando alla coltivazione di uva nella zona del Soave, e Renato Genovese, rampollo della famiglia proprietaria di Fracarro Radioindustrie, che ha deciso di investire in vino nell'area di Lison-Pramaggiore.



RENZO ROSSO
Titolare Diesel Farm di Marostica (VI)

La passione per i prodotti della terra per me è tutto e uno dei grandi piaceri della vita è quello di stappare una buona bottiglia di vino con gli amici e le persone care

"Sono nato in una famiglia di contadini e fin da bambino ho sempre mantenuto un forte legame con la terra. Quando si è presentata la possibilità di acquistare dei terreni sulle colline che circondano la sede dell'azienda, si è materializzato il sogno che avevo condiviso con mio padre. Questo mi rende particolarmente orgoglioso: la Diesel Farm è un omaggio alla persona che mi ha trasmesso i veri valori della vita. Ovviamente ho dei validi collaboratori che si occupano della coltivazione dei terreni e della vinificazione, ma appena posso mi dedico a questa attività ed è qui che mi piace passare i momenti di relax. Quello che mi

>>

focus

ha spinto ad intraprendere quest'avventura è stata sicuramente la passione per i prodotti della terra: uno dei piaceri della vita è infatti quello di stappare una buona bottiglia di vino, da poter condividere con gli amici e le persone care. E' soprattutto questo che mi spinge ogni giorno a lavorare per migliorare la Diesel Farm. Certamente, per me, il buon vino rappresenta prima di tutto un piacere, ma è anche un momento di grande creatività: la ricerca verso qualcosa di nuovo, originale e al contempo di ottima qualità. In questo senso, abbiamo lavorato molto cercando di imprimere ai prodotti della Farm le stesse caratteristiche, anche a livello di immagine, che contraddistinguono la mia azienda ed il mio modo di lavorare. Quella di Diesel è una vera e propria filosofia di vita che si basa sul concetto della creatività, dell'originalità ma anche di una costante ricerca della perfezione e della qualità. Lo stesso approccio si può applicare al percorso che stiamo facendo con i prodotti di Diesel Farm. Bisogna dire però che la maggiore attenzione all'immagine nel mondo del vino è un fenomeno in divenire. Il marketing applicato a questo settore è un valore aggiunto, grazie al quale si riuscirà a dare più visibilità alle diverse etichette e case vinicole e che aiuterà a portare sempre più vino di qualità sulle nostre tavole.

Quando ho acquistato il terreno, nel 1994, non immaginavo ancora lo sviluppo dei prodotti Diesel Farm, che sono "cresciuti" un po' alla volta. All'epoca esisteva già un vigneto coltivato a uve merlot, cabernet e chardonnay. Le viti erano vecchie e molto sfruttate, le tecniche di produzione erano antiche e funzionali alla quantità più che alla qualità. Da allora, la produzione è stata ridotta a circa una bottiglia per pianta: già dopo la prima vendemmia del 1999, i risultati sono stati incoraggianti. Oggi Diesel Farm ha più di cinque ettari di vigneti coltivati a chardonnay, merlot, cabernet sauvignon e - a partire dall'annata 2003 - pinot nero. Il risultato sono tre vini: Bianco di Rosso, da uve chardonnay, Rosso di Rosso, un'unione di merlot e cabernet sauvignon, e Nero di Rosso, un pinot nero in purezza. Si sono poi aggiunti l'Olio di Rosso e la Grappa di Rosso. I prodotti Diesel Farm nascono da un mix di tecnologia e di tradizione. Per valorizzare la natura senza alterarla, vengono usate tecniche molto avanzate di vinificazione. Allo stesso tempo ritengo fondamentale mantenere la "sapienza" della tradizione dei nostri padri soprattutto nel rapporto con l'ambiente, per essere il più possibile in armonia con i cicli naturali simbiotici e con i cicli vegetali del territorio.

I primi investimenti sono stati fatti sulla produzione, raccolta e vinificazione, per poter ottenere l'eccellenza qualitativa. Questo è un processo che portiamo avanti da anni, cui ora stiamo aggiungendo la distribuzione nei migliori ristoranti nel mondo - sia in termini di menu e carta dei vini che di atmosfera - in cui

focus

poter trovare la giusta collocazione per i vini Diesel Farm. La nostra è comunque una produzione molto limitata, se si pensa che la maggior parte della produzione è comunque dedicata agli amici Diesel nel mondo. Per il futuro stiamo lavorando alla nuova cantina. Il nostro intento è avere più spazio a disposizione per poter portare la tecnologia più all'avanguardia all'interno della nostra Farm. Mi riferisco all'uso di tecniche di "affinamento" volte alla ricerca di una maggiore qualità in tutti i processi, pur mantenendo protocolli di vinificazione poco invasivi. Pensiamo ad esempio a follatori automatici, più fermentini, anche di dimensioni ridotte per vinificare piccole partite di uva che ci possono sembrare più interessanti, oppure all'utilizzo dell'ozono per sanificare le botti senza l'utilizzo di prodotti chimici".



GIANCARLO PALLA
Titolare azienda agricola Conte Loredan
Gasparini di Venegazzù (TV)

Ho deciso di investire in vino per l'amore che ho per questo lavoro ma anche perché è un lavoro che mi diverte molto. Per dirla all'inglese: my job is my hobby

"Per me tutto è cominciato nel 1966. Dall'attività della mia azienda tessile avevo raccolto una piccola cifra che volevo investire. Il mio sogno è sempre stato quello di avere una "campagnetta" dove poter coltivare l'uva, qualche verdura e magari anche animali da allevamento. Sono partito così, con soli sei ettari nella zona di Roncade, innamorandomi subito di questo lavoro e alternando le due attività, quella imprenditoriale e quella agricola, cui dedicavo le ore dopo il lavoro ed anche i sabati, cosa che feci per i successivi trent'anni. Erano anni in cui i grandi proprietari terrieri volevo abbandonare la campagna per inseguir-

re il miraggio del boom industriale, un po' il contrario della mia scelta, così trovai molte occasioni per ingrandire l'attività agricola, comprando nuovi terreni e arrivando a possederne per 50 ettari. La svolta avvenne nel 1973 quando il conte Piero Loredan Gasparini, proprietario dell'azienda omonima sita a Venegazzù dove furono prodotti i primi tagli bordolesi in Italia fra cui il celebre Capo di Stato, decise di vendere la sua azienda. Decisi quindi di acquistarla, anche perché per me rappresentava un modello di azienda, e di cominciare a fare le cose seriamente, cioè di mettere il mio spirito imprenditoriale nell'attività agricola cercando anche di farla rendere. A quei tempi il vino era altra cosa rispetto ad oggi, si distingueva solo fra bianco e rosso e, soprattutto nel trevigiano, si vendeva a bottiglioni o a damigiane, quasi all'ingrosso. Oggi l'azienda Loredan Gasparini dispone di 80 ettari a vigneto, dove produciamo Prosecco, Cabernet Sauvignon, il Falconara da uve merlot, la Riserva di Casa con taglio bordolese ed il Capo di Stato. Perché un imprenditore come me ha deciso di dedicarsi al vino? Direi soprattutto per passione, per l'amore che ho per questo lavoro ma anche perché è un lavoro che mi diverte molto. Per dirla all'inglese: "my job is my hobby". L'entrata di molti imprenditori e vip nel mondo dell'enologia risale soprattutto agli anni '85-'90, quando molti, spinti dal boom dei vini barriati, vedevano un ottimo business. Oggi le cose sono molto cambiate, il mercato del vino è diventato estremamente competitivo. La tecnologia e la scienza enologica hanno fatto passi da gigante, tanto che ormai si può coltivare dappertutto, anche in Inghilterra e in Marocco stanno piantando vigneti. Ma per fare un buon vino l'imperativo rimane sempre quello: metterci il cuore".



EGIDIO DAL COLLE
Titolare Azienda Agricola Montevegro di Illasi (VR)

Per me, quello nel vino non è solo un investimento, ma una vera passione, che ho potuto coltivare

in una zona splendida dal punto di vista vitivinicolo

"L'azienda agricola, che possiedo da 35 anni, si trova in una situazione strategica, a 350 metri in un'altura a tutto campo, per cui le uve prodotte hanno caratteristiche particolari, grazie alla situazione pedoclimatica, asciutta di giorno e fresca la sera. Le uve che produciamo sono destinate all'appassimento per produrre soprattutto Amarone e Valpolicella Superiore. L'azienda dispone di un vigneto da 80 campi veronesi, con impianto a guyot. L'idea di sviluppare le uve in questo modo mi è venuta 15 anni fa, e solo da allora mi occupo in modo più concreto all'azienda. La mia fortuna è stata quella di avere due figli che si occupano dell'azienda: la figlia nel marketing e nella comunicazione. La mia attività nell'azienda principale è invece quella nella ricerca di nuovi prodotti e nella diversificazione. Essendo nato in campagna, ad Illasi, per me la natura ha da sempre rappresentato qualcosa di indispensabile. Sono stato anche fortunato a crescere in una zona splendida dal punto di vista vitivinicolo, capace di produrre vini di qualità eccelsa. Per me, quello nel vino non è quindi stato solo un investimento, ma una vera passione. Certo, c'è voluto del tempo per crearsi un'immagine e far conoscere, soprattutto col passaparola, ma soprattutto ci vuole un buon prodotto. Meglio ancora se si lasciano stare i volumi. Se uno pensa solo al ritorno dell'investimento iniziale la cosa non funziona, perché alla base di tutto ci vuole tanta passione. L'esperienza nell'azienda di famiglia mi ha aiutato molto anche nello sviluppo dell'attività agricola, tanto che, pur non considerandomi un esperto viticoltore, sono riuscito a far delle scelte vincenti. La mentalità imprenditoriale è estremamente importante da questo punto di vista, perché aiuta a prendere decisioni più corrette".



RENATO GENOVESE
Presidente della Tenuta Mazzolada di Portogruaro (VE)

Chi pensa che la viticoltura possa essere una semplice passione o un hobby sbaglia. Si tratta di una professione seria: l'impegno richiesto è notevolissimo

“Quando nel 1985 la mia famiglia ha acquistato la Tenuta Mazzolada, l'idea iniziale era quella di avere una diversificazione degli investimenti. L'azienda allora produceva solo uva, ma questa ci è da subito sembrata una scelta “monca”, perciò nacque la decisione di arrivare anche a produrre vini. Per far questo acquistammo anche un'azienda limitrofa dotata di cantina ed iniziammo a produrre vini a marchio Mazzolada. Inizialmente in modo abbastanza artigianale, poi col tempo abbiamo cominciato a dedicare un maggior impegno sulla qualità. Attualmente la tenuta dispone di 125 ettari, di cui 90 vitati, i cui vigneti in seguito a successivo rinnovo hanno tutti meno di 12 anni. La produzione, di 8 mila ettolitri l'anno, è quella tipica della doc Lison-Pramaggiore, quindi Pinot Grigio, Lison Classico, Chardonnay, Sauvignon, Verduzzo, Merlot, Raboso, Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon e Refosco dal Peduncolo Rosso. Il mercato principale è quello dell'HoReCa nazionale, con alcune puntate all'estero, in Canada, Svizzera e Francia. Dal punto di vista economico devo dire che quello vinicolo è un settore estremamente impegnativo e competitivo. Noi siamo un po' partiti da idealisti ma, dopo qualche errore, abbiamo capito che per portare avanti quest'attività è necessario un impegno serio e costante, applicandosi a fondo. Chi pensa che la viticoltura possa essere una semplice passione o un hobby sbaglia. Si tratta di una professione seria. Quando 4 o 5 anni fa c'è stato il boom degli investimenti nel vino, si pensava fosse un settore facile, nel quale tutti avrebbero potuto cimentarsi con un minimo d'impegno. Ma non è così: l'impegno richiesto è notevolissimo. Oggi nel vino c'è una concorrenza enorme, basti pensare che nella sola doc Lison-Pramaggiore ci sono oltre 200 produttori. Il difetto di noi italiani è quello di farci concorrenza fra noi, invece di creare insieme un mercato come hanno fatto i francesi. Le armi per farlo sono soprattutto quelle del marketing mirato. Per concludere debbo comunque dire che produrre vino è un'attività che prende molto, perché si tratta di un prodotto “vivo” che dà sensazioni assolutamente diverse rispetto alla conduzione di un'industria tradizionale”.

