

PRIMO PIANO

QUANDO IL MERCATO C'È

Risultati positivi per il Workshop organizzato da Euposia che ha permesso ad un gruppo di Cantine italiane di incontrare buyer di mercati emergenti

DI GIULIO BENDFELDT



• Alcuni momenti del Workshop di Euposia al Park Hotel



6

Euposia Novembre-Dicembre 2009

< Nella splendida cornice del Golf Club di Peschiera, al Park Hotel Paradiso, si è tenuto a metà ottobre il Workshop organizzato dalla nostra Rivista per un gruppo di Cantine italiane di qualità con un panel di buyer provenienti da diversi Paesi, tutti emergenti o rappresentanti di nicchie di mercato molto interessanti, e in crescita, in mercati già ben noti al vino italiano, come gli Stati Uniti.

«Stiamo infatti assistendo - spiega a Euposia, **Bridget Thibodeau Sasso**, importante operatrice sulla piazza di Washington D.C. - ad una interessante evoluzione del consumatore statunitense: l'appassionato non si accontenta più dei soliti vini, dei brand di cui conosce vita, morte e miracoli. Oggi questo consumatore evoluto chiede Cantine italiane ricche di storia, di contenuti; chiede territori e chiede vitigni non convenzionali, non abusati. Questo sembra fatto apposta per i produttori italiani di

qualità, sia quelli che operano in aree e denominazioni già di grande successo e notorietà - Valpolicella, Piemonte, Toscana o Sicilia - sia quelli, invece, che sino ad oggi nonostante il buon vino prodotto sono rimaste un po' ai margini. Idem per i vitigni: alcuni autoctoni italiani sino ad oggi poco conosciuti e richiesti, oggi sono al centro dell'attenzione».

Grande attenzione per il vino italiano, i suoi contenuti qualitativi ma anche glamour, da parte della "nuova" Europa, quella entrata recentemente nell'Unione e di prossimo ingresso: «L'Italia è il riferimento naturale dei consumatori dell'area danubiana-balcanica, soprattutto quelli giovani - sottolinea Aleksandar Skipic che rappresenta più di 2mila 500 ristoratori della Serbia - e quando si parla di vino è essenzialmente italiano. Quello che manca, però, è una presenza stabile, non sporadica, del vino italiano: un'attività di comuni-



WORKSHOP EUPOSIA



cazione e presentazione costante dei territori, delle denominazioni, delle tipicità. Questo consoliderebbe il mercato».

Dal Workshop (dove pure sono state trattate partite importanti per Cina, Russia e Paesi Baltici) sono arrivate però anche importanti novità da parte delle Cantine presenti. Ci sono state un paio di presentazioni in anteprima (l'Igt Oltar dalla Valpolicella di **Genio del Pago** e i bordolesi del vicentino **Ghirardo**), ma moltissime le novità presentate.

Citandone soltanto alcune: il merlot "Nero Assoluto" della **Cantina di Castelnuovo del Garda**; i cru piemontesi de "La Tenaglia"; l'inzolia in purezza, con affinamento in barrique, della siciliana **Cantina Avide**; il Metodo classico della lombarda **Ricchi**, recentemente premiato Nastro d'Oro, quale miglior bollicina al Forum degli Spumanti di Valdobbiadene; i Lugana emergenti di **Bulgarini** e **Ancilla**; il Sulleria della messinese **Compagnia dei Vini**, uno dei pochissimi esempi di vini siciliani da uve Nocera, un autoctono di grandissima personalità.

Eppoi alcuni dei vini di maggior successo internazionale: gli Amarone proposti da **Vinea**, **Cantine Lenotti** e **Casa Vinicola Bennati**, e i Prosecco della **Vinicola San Giovanni**, di **Cantina Girardi** (del gruppo **Compagnia delle Vigne** che

pure ha portato altre tre sue realtà: **Pettene**, **Valpolicella**; **Tenute Cardinale**, Puglia, e **Quarto Miglio** di Napoli).

A completare questo mosaico enologico gli autoctoni della Riviera ligure di Ponente presentati da **Viticola Durin**; il Chianti Docg di **Villa Calcinaia**, produttori dalla prima metà del Cinquecento; i laziali della "rinascita" proposti da **Casale del Giglio**.

Infine due Consorzi toscani: **Montescudaio** e **Terre del Silenzio**, guidati dai propri presidenti e da alcune aziende-bandiera: **Ginori Lisci**, **Poggio Gagliardo**, **Fontemorsi**, **Pagani de' Marchi** e **Caiarossa** per Montescudaio e **Bocelli**, **Bellavista Toscana**, **Castelvecchio**, **Fattoria Fibbiano**, **Gualandi**, **Pieve de' Pitti**, **Poggio Sette Venti** e **Vallorsi**. Una produzione fatta tanto di autoctoni (compresa la riscoperta di uvaggi tradizionali a rischio d'abbandono) e grandi internazionali.

I Workshop di Euposia riprendono il prossimo gennaio con un nuovo incontro con buyer internazionali, sempre al Park Hotel di Peschiera del Garda; il prossimo febbraio a Montecarlo con la presentazione di Amarone e Metodo Classico ai buyer di Riviera di Ponente e Costa Azzurra; a giugno e ottobre, sempre a Peschiera del Garda. Per giugno è previsto anche un evento B2B a Belgrado. >



Euposia Novembre-Dicem

7