

LA STORIA

Il vino bianco inventato da Gaetano Marzotto

Ad "inventare" il vino delle Venezie fu Gaetano Marzotto, che cercava da tempo una tipologia che uscisse dal cliché, che sapesse interpretare l'esigenza di un vino che abbandonava la sua funzione di alimento per abbracciare un consumo diverso. Cercava un vino che piacesse anche alle donne che, come si sa, in materia di vino hanno spesso gusti molto diversi da quelli dell'uomo.

Grazie alla sua intuizione, nel 1961, nasce il nuovo vino bianco fermo, seguito da molti altri produttori. Per sviluppo del mercato statunitense si rivelò fondamentale la scelta di un partner, l'importatore Anthony Terlato, che venne a Fossalta di Portogruaro e comprese a sua volta le potenzialità del Pinot Grigio. Così oggi l'azienda vitivinicola veneziana fondata

da Marzotto, il gruppo Santa Margherita (177,4 i milioni di euro fatturati nel 2018), è il principale player di questo vino negli Usa con una propria azienda distributiva. Oggi si aprono nuove sfide, gli amanti del Pinot grigio sono 50-60enni, e occorre trovare a più presto nuovo devoti.

«È evidente che il Pinot Grigio abbia il dovere di trovare una narrazione nuova, che intercetti la nuova leva di winelover, che sappia raggiungere anche nuovi consumatori riproponendosi come "facilitatore", ambasciatore del sistema vino, in virtù delle sue caratteristiche di bevibilità, equilibrio, eleganza», spiega Enrico Nicoletto, ad del gruppo di Fossalta di Portogruaro. E illustra le tappe da seguire per il distretto.

«Per prima cosa ci preme

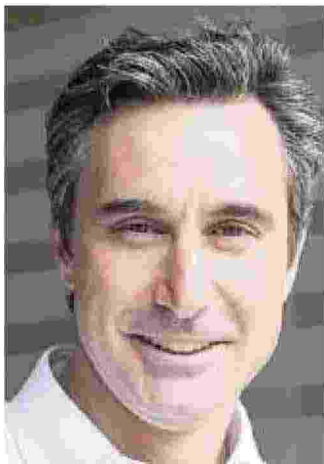
la sostenibilità ambientale, che non vuol dire necessariamente tutti biologico e subito, ma avviare più azioni per la difesa dell'ambiente, del paesaggio, la riduzione della chimica» aggiunge Nicoletto. «Si tratta di una politica di valorizzazione del Pinot grigio che ricordi, in Italia come all'estero, il suo retaggio, i suoi valori (territorio, stile, innovazione ecc) puntando sui nuovi consumatori e sulla gratificazione di quelli esistenti. E poi il rafforzamento della collaborazione nella filiera in un'ottica di vero distretto favorendo le specializzazioni, le contaminazioni delle competenze, l'elevazione degli standard qualitativi (bene aver cancellato l'Ict), e una programmazione della crescita che aiuti davvero tutti a fare un passo in più all'interno della pro-

pria realtà d'impresa».

La crescita tumultuosa del Pinot grigio ha comportato, per tutti i player maggiori, la necessità di trovare accordi di fornitura con produttori locali o cooperative. Anche Santa Margherita, che pure ha portato ad oltre 550 i suoi ettari di proprietà (in larga parte in coltivazione biologica), cui si aggiungono altri 160 in conduzione diretta, si trova in questa necessità. Ma si sono anche nubi che minacciano la crescita. Ci sono dei segnali di stanchezza, in generale nei vini fermi, negli Usa come in Italia. Ed infine i competitor, che non si devono ricercare tra gli altri pinot (alsaziani o australiani), ma tra i vini che vengono scelti per l'aperitivo, bollicine trevigiane o rosé in testa». —

N.B.

BY NC ND AL CUNDIRITTI RISERVATI



Ettore Nicoletto

