

Direttore editoriale Carlo Ottaviano
Redazione Giuseppe Corsentino
06 55112244
quotidiano@gamberorosso.it
Editore Gambero Rosso Holding spa
Via E. Fermi 161 - 00146 Roma

VINO & MARKETING

Continua da pag. 1 >>>

tà specializzate. Tre Bicchieri è andato a vedere quella che si può definire la "post-produzione del vino" parlandone con due agenzie che, come si dice, sanno il fatto loro: la Robilant Associati di Milano, fondata da Maurizio di Robilant, e la Sga Corporate di Bergamo, nata dall'unione di tre "progettisti di immagine" (vogliono essere chiamati così), Giacomo Bersanetti, la moglie Chiara Veronelli (figlia del mitico Luigi) e Francesco Voltolina. Entrambe attive da trent'anni ed entrambe chiamate dal Consorzio Chianti Classico per rifare tutta la "corporate identity" della Do toscana. Cominciamo a sentire Paola Schettino, brand strategist e partner di Robilant Associati: "Rispetto al passato, oggi non

c'è azienda del vino di una certa dimensione che non pensi anche all'immagine del suo prodotto. Una volta ci si fermava alla bottiglia e all'etichetta. Ora non basta più. Bisogna scavare più a fondo, nella storia del territorio e della cantina per tirarne fuori un "plus" e questo significa anche creare eventi, interagire con il territorio, progettare siti internet, creare il marchio e farne un valore imprescindibile dal prodotto". Qualche esempio? "La case history di uno dei nostri clienti, la Cantina Tramin - continua Schettino - insieme abbiamo individuato quello che noi chiamiamo "talento" (carattere unico dell'azienda) partendo dal suo prodotto di punta, il Gewurtztraminer. Da lì al legame con l'olfatto il passo è stato breve e questo ci ha permesso di giocare sulla parte più emotiva del prodotto, sia in etichetta sia nel concept". Il rapporto col territorio vale anche con i clienti esteri. Spiega ancora la brand strategist: E' accaduto in Cina dove ci siamo occupati del marchio di Chateau Junding (una delle più importanti cantine della Nava Valley, proprietà del colosso pubblico dell'agroalimentare, Cofco; n.d.r.). Qui abbiamo deciso di abbandonare gli schemi e i codici europei e di vestire la bottiglia con abiti orientali". E' nato così il logo di Chateau Junding: versione stilizzata del copricapo dell'imperatore Kangxi della dinastia dei Qing, mentre l'etichetta riproduce l'immagine dello stesso Chateau. E in Italia qual è la richiesta più frequente? Risponde Giacomo Bersanetti presidente di Sga Corporate: "I clienti ci chiedono come si può fare per aumentare la visibilità dei loro vini e per fare questo oggi più che originali bisogna essere unici e saper

raccontare una storia". Come la Sga ha fatto con Berlucchi '61, una linea di Franciacorta vestito con abiti anni '60, tributo all'anno in cui nacquero le prime bollicine bresciane. Grafica e colori (dalla bottiglia, ai cofanetti ai cataloghi) richiamano le prime minigonne alla Mary Quant, i capelli a caschetto e i 45 giri. Risultato? Una crescita media del 20% in tre anni. E poi ci sono i codici stilistici che non passano mai di moda, gli evergreen come il nero di Bricco dell'Uccellone dell'azienda Braida di Giacomo Bologna (uno dei primi clienti della Sga), il cui nome si ispira ad una vecchia signora sempre vestita di nero, che era stata soprannominata appunto "Tuselun" (uccello). Altra "storia raccontata" dall'agenzia bresciana è quella del vino Summa della stessa azienda Braida: "Ai Suma in dialetto bergamasco significa "Ci siamo" riferito al vino. E infatti l'etichetta rappresenta le labbra sorridenti di Giacomo Bologna, il proprietario della cantina". E l'arte che posto ha nel lavoro di un'agenzia di design come la Sga? "È fondamentale - risponde Bersanetti - collaboriamo con artisti internazionali come nel caso di Tenua Illuminata (di Guido Folonari; n.d.r.) per cui l'artista greco Dimitris Kozaris ha cercato di cogliere la luce e l'ombra della luna sui grappoli e le foglie del vigneto attraverso una Polaroid e con la tecnica della rayografia. O come nel caso della bottiglia di grappa Solchi dell'azienda Becchino per cui ci siamo affidati allo scultore Giuliano Giussani che ha riproposto nel vetro della bottiglia i solchi del terreno". Come a dire l'abito non farà il vino, ma di sicuro lo fa vendere.

VINO&RICERCA
CONSORZIO COLLI SALVA 22 VITIGNI

Sono 22 i biotipi di quattro diverse varietà autoctone di vite salvate dall'estinzione, risanate, impiantate a Spessa di Cividale, i cui primi grappoli sono appena stati raccolti. Il tutto, grazie al Consorzio dei Colli orientali del Friuli-Ramandolo, in collaborazione con l'Università di Udine e il supporto della Comunità montana Torrenatisone, della Regione Friuli e dei Vivai Cooperativi di Rauscedo. Sottolinea il presidente del Consorzio, Pierluigi Comelli: «Questo progetto ha un'importanza rilevante per il territorio poiché è indirizzato alla salvaguardia della biodiversità del vigneto». Il Progetto si è articolato in una serie di fasi: reperimento di vigneti storici (impiantati prima del 1945) di Tocai friulano, Verduzzo friulano, Refosco dal peduncolo rosso e Refosco di Faedis; monitoraggio per tre anni, cui è seguita la propagazione delle viti migliori, secondo i criteri della selezione massale. Nel 2010 sono stati messi a dimora i nuovi impianti (con viti provenienti dagli antichi vigneti della provincia di Udine), presentati al pubblico al momento della loro prima vendemmia a cui hanno partecipato, oltre a Comelli, anche l'assessore all'agricoltura, Daniele Macorig e il preside della Facoltà di Agraria dell'Università di Udine, Roberto Pinton.

IL GUSTO DEL BENESSERE

Scopri i vini low sulfite: qualità, territorio e salute



Freewine® è la risposta alle esigenze dei consumatori e dei produttori: riduzione dei conservanti, rispetto del frutto, tutela della qualità e del gusto nel tempo. Dal 2008 Freewine racconta una storia di successi: tutela del benessere, miglior interpretazione del vitigno, massima espressione del terroir, completezza della gamma. **Freewine: una squadra di cantine italiane vincenti!**

Scopri il benessere, la freschezza e il sapore vero dell'uva: tutte le cantine e i vini sul sito [blog www.freewine.eu](http://www.freewine.eu)

Per info: info@freewine.eu - www.freewine.eu



VINO&ASTE
GRANDI ITALIANI E GRANDI DI BORGOGNA
I PIÙ VENDUTI DELLA SETTIMANA DA SOTHEBY'S

■ Sono gli italiani (Sassicaia, Gaja, Bruno Giacosa e Ornellaia) a dominare la settimana di Sotheby's. Sul sito della casa d'aste inglese, dove ormai si svolge la maggior parte delle contrattazioni, c'è stata una "terrific demand" (soprattutto da parte di buyer asiatici) per i vini italiani e per i grandi francesi della Borgogna. L'88% dei lotti è stato venduto e il fatturato ha raggiunto il 92% delle previsioni. Insomma, il tutto esaurito. Che in tempi come questi è un successo straordinario. Basti dire che dei 223 lotti di vini di Borgogna solo tre sono rimasti invenduti. "Ho visto i prezzi schizzare sui computer" dice con soddisfazione Stephen Mould, responsabile del Wine Department del Sud Europa di Sotheby's. Un esempio? Gli historic wines di Vega Sicilia sono saliti del 130% e tra i top sellers una cassa di Echezeaux 1985 venduta a 49.350 sterline seguita da dieci bottiglie di Vosne Romanée Cros Parantoux piazzate a 32.250 sterline. Mentre una bottiglia di Chateau Latour battuta a 1.450 sterline è rimasta unsold.

VINO&EVENTI
LA FESTA INTERNAZIONALE DEL GRENACHE
IL 21 SETTEMBRE TUTTI SU TWITTER

■ Il 21 settembre non è solo il primo giorno d'autunno. A Perpignan, capoluogo del Roussillon, è anche il Grenache Day, l'evento francese che celebra il Grenache, uno dei vitigni rossi più diffusi al mondo (si coltiva anche in Sardegna col nome di Cannonau) ma anche uno dei meno conosciuti. Proprio per colmare questo gap la Grenache Association ha deciso di lanciare il festival mondiale del vitigno (Grenaches du Monde) a gennaio prossimo e, intanto, di preparare l'evento con un Forum globale a cui potranno partecipare i produttori del pianeta, dalla California all'Australia alla Cina. Come? Chiamando tutti a Perpignan? No, utilizzando Twitter. Così i produttori, gli esperti, gli appassionati di questo straordinario vitigno potranno scambiarsi opinioni e notizie "cinguettando" con i 144 caratteri consentite da Twitter. "Sono sicura che Twitter ci regalerà risultati sorprendenti" dice Marlene Angelloz, responsabile della comunicazione della Grenache Association. E precisa: "L'evento di gennaio a Perpignan è aperto a tutte le aziende che usano il vitigno almeno al 60%"

Freewine Day
DEGUSTAZIONE E MOSTRA MERCATO

Castello di Stefanago - Borgo Priolo Pavia
29-30 SETTEMBRE 2012

29/09/2012 Professionisti
30/09/2012 Pubblico

info@freewine.eu