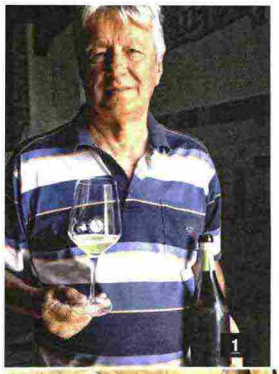
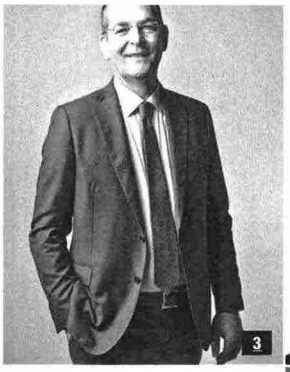
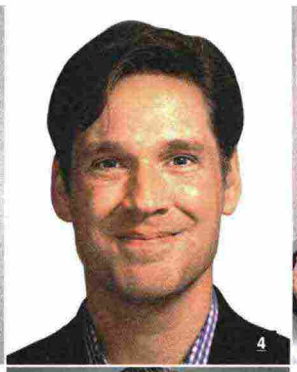
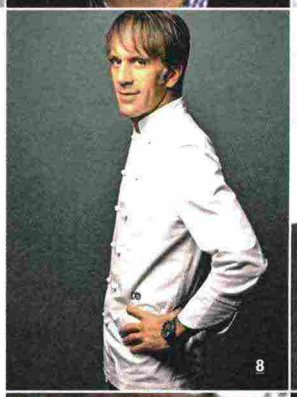
SPIRITO diVINO

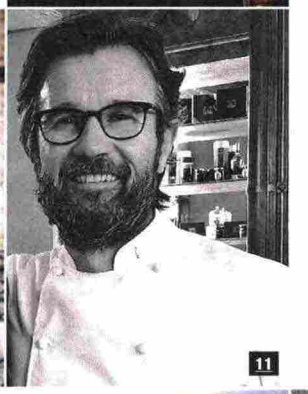
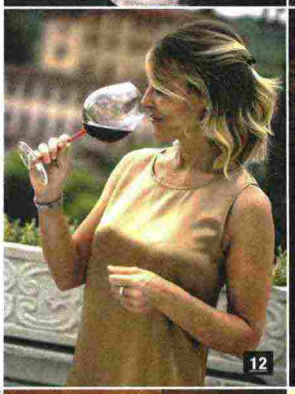
Bimestrale

Data 11-2020
Pagina 20/33
Foglio 1 / 14

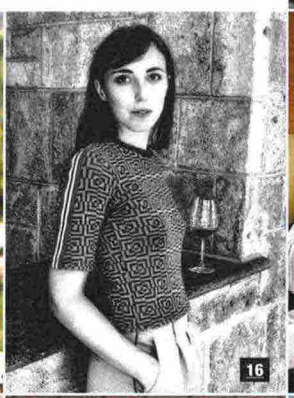


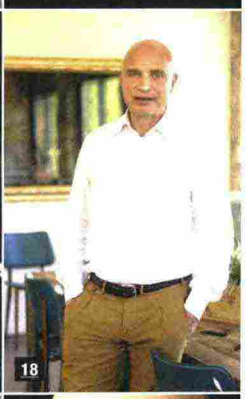



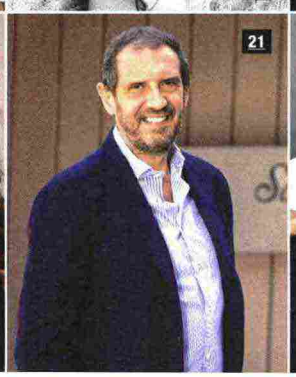
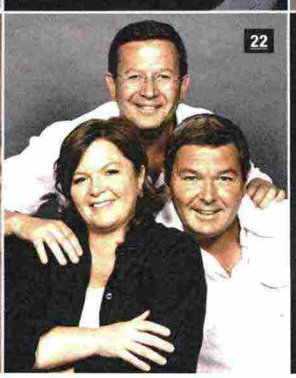
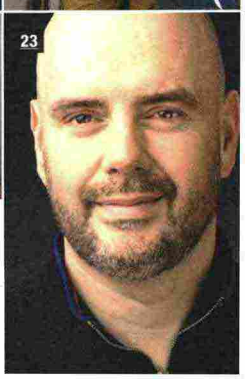


1. Romano Dogliotti. 2. Andrea Antinori. 3. Innocente Nardi. 4. Greg Lambrecht. 5. Luca Giavi. 6. Da sinistra, Riccardo, Umberto e Alessandro Pasqua. 7. Lucia Letrari. 8. Davide Oldani. 9. Luciano Ferraro. 10. Andrea Bottarel. 11. Carlo Cracco. 12. Valentina Abbona. 13. Filippo Bartolotta. 14. Silvano Brescianini. 15. Alberto Serena. 16. Leila Salimbeni. 17. Andrea Berton. 18. Luca D'Attoma. 19. Federico Veronesi. 20. Cristina Mercuri. 21. Beniamino Garofalo. 22. Da sinistra, Cristina, Arturo e Paolo Ziliani. 23. Heini Zachariassen. Nella pagina a fianco, da sinistra, Franz Botré e Federico Gordini.





Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

004214

Berlucchi

SPIRITO diVINO
Bimestrale
Data 11-2020
Pagina 20/33
Foglio 2 / 14

MILANO WINE WEEK È IL PRIMO EVENTO VINICOLO INTERNAZIONALE DEL 2020. DA QUI RIPARTONO IL VINO, IL SUO FUTURO E LA SUA GENTE, OSSIA THE WINERS, CHE PARTECIPANO ALLA KERMESSE E DANNO VITA A UNA MOSTRA FOTOGRAFICA

THE WINERS IS...

di Martina Ghiringhelli e Leila Salimbeni

Energia, positività, comunicazione, ma anche carattere, coraggio, senso di squadra, identità: sono alcuni degli spunti con cui The Winers, i protagonisti a vario titolo del mondo del vino che intervengono alla terza edizione della Milano Wine Week, invitano a riflettere per accelerare la ripartenza e guardare al domani con ottimismo e fiducia. Partendo dal nuovo format della manifestazione in una Milano sempre più smart, fisica e digitale. Dal produttore all'enologo, dal comunicatore allo chef fino ai rappresentanti dei consorzi e ai retailer, ecco il loro punto di vista nelle pagine che seguono

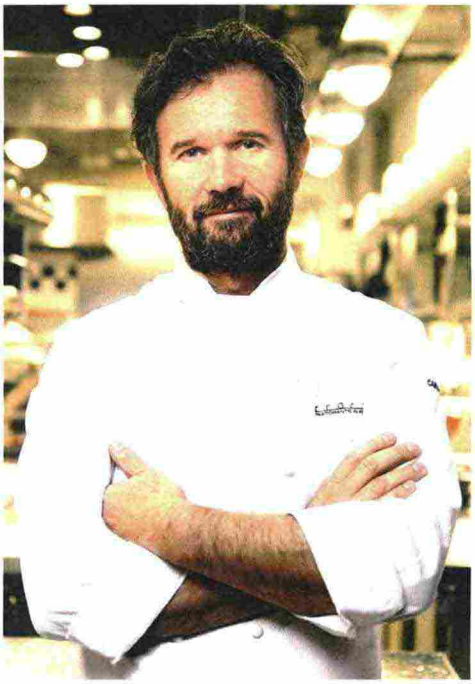
004214

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Berlucchi

• CRISTINA MERCURI
Wine educator, diploma Wset, Master of Wine student

Grazie alla mia formazione ho sviluppato una maniera più orizzontale di approcciare il vino, quindi mi ha fatto molto piacere vedere che quest'anno alla Milano Wine Week c'è uno sguardo più internazionale che mai sull'argomento, con piattaforme condivise ed eventi globali. L'italianità deve essere sì un riferimento, ma in un contesto internazionale: da questo punto di vista abbiamo qualche problema, perché siamo famosi, ma non tanto quanto altre nazioni. Ecco perché per me è importante continuare a portare il Wset in Italia, organizzando sempre più corsi online per raggiungere un maggior numero di persone simultaneamente e per sviluppare un linguaggio del vino che sia comune a quello di tutti gli Stati del mondo: l'Italia ha bisogno di ravvivarsi per restare al passo coi tempi. Ultimamente, comunque, ho visto Milano cambiare in positivo: da dopo Expo c'è tanta efficienza e tanta voglia di fare. Io lo dico sempre: Milano è la locomotiva d'Italia, è un luogo dove effettivamente il merito e l'ingegno la vincono. A oggi, è l'unica città che può permettersi di ospitare un evento come Milano Wine Week.



• CARLO CRACCO
Chef

Il mondo del vino è davvero speciale perché fatto di persone, di territori e di culture diverse: questa è la consapevolezza con cui parteciperò e che voglio portare con me alla Milano Wine Week. Milano, in quanto trattore dell'economia, è il posto giusto per ospitare questa manifestazione: anche se sono veneto, sono trent'anni che vivo qui, nella città che mi ha adottato e di cui sono innamorato perché è viva, vitale e non si ferma mai. Sono molto riconoscente a Milano per l'energia che mi ha dato e che continua a darmi, e ho davvero voglia di ridare qualcosa in cambio: Cracco in Galleria, per esempio, è un progetto a cui mi dedico anche per questo motivo. Sono un grande appassionato di vini e mi occupo costantemente della crescita della mia cantina: ogni anno ne acquisto da tutto il mondo perché ritengo che abbiano un ruolo fondamentale all'interno di un menù. Il mio obiettivo è quello di non fermarmi mai, cercando di costruire una selezione sempre più bella, più rara e più ampia, spaziando tra piccoli e grandi produttori.

004214

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Berlucchi

• ALBERTO SERENA
Amministratore Delegato di Montelvini

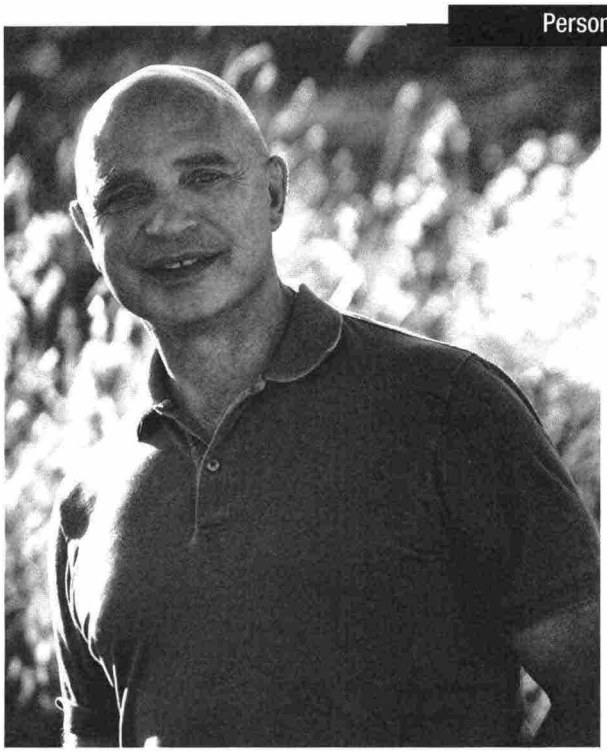
Anche quest'anno abbiamo scelto di essere supporter della Milano Wine Week per il suo modo diverso di comunicare: non è solo un incontro con i clienti a uno stand, ma è anche eventi, possibilità di conoscere il consumatore finale e molto altro. Il digitale, poi, è un'opportunità che offre grandi potenzialità tutte da sfruttare, come abbiamo visto anche durante il lockdown. Faremo comunque anche degli eventi fisici: ci saranno delle masterclass sull'Asolo, il Prosecco che è la nostra punta di diamante, delle cene e anche un evento con la mixology, un modo moderno di relazionarsi al mondo del vino, che non è più semplice formalismo come poteva essere una volta, ma ha tante sfaccettature. Il bello di essere un produttore di vino? Un giorno sono immerso nelle vigne, il giorno dopo sono in una città come Milano, capitale del business, delle attività e delle comunicazioni, che nei prossimi mesi non potrà fare altro che ripartire. E questo è un bel connubio, legato tanto al prodotto quando a un modo contemporaneo di vivere.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

004214

Berlucchi

Personaggi di Spirito

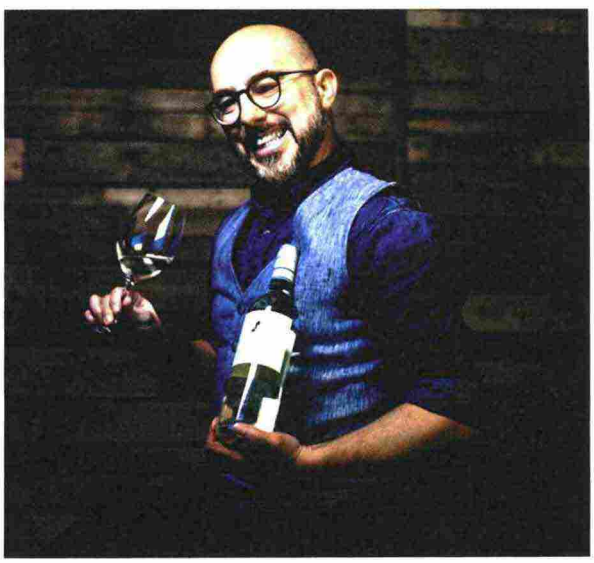


• LUCA D'ATTOMA
Enologo

Alla Milano Wine Week ho sempre presentato progetti che esprimono la mia capacità di interpretare territori diversi e i concetti base del mio lavoro, che applico a tutte le realtà con cui collaboro. La prima volta che ho partecipato è stato per la presentazione di Auritea - Tenute Lunelli, mentre il secondo anno sono tornato per una degustazione e per il coordinamento della tavola rotonda sulla sostenibilità del Wine Generation Forum. Per questo terzo anno, avrò nuovamente il piacere di essere presente alla Milano Wine Week con un progetto inedito legato alla mia collaborazione, in qualità di consulente enologo, con la comunità di San Patrignano, con l'azienda agricola Vistamare di Carlo Cracco e Rosa Fanti, con Tenuta Poggioncino della Famiglia Bocelli e con l'azienda Amistà - Nizza Monferrato di Massimiliano Vivalda e Michele Marsiaj. Milano è il posto giusto dove presentare idee, prodotti e progetti, dando la possibilità a tutti di confrontarsi sulle proprie prospettive. Non poteva quindi che essere questo «ombelico del mondo» a ospitare la Milano Wine Week: questa è una città dove è possibile creare e realizzare grandi cose.

• FILIPPO BARTOLOTTA
Wine educator, speaker e sommelier

La mia Milano Wine Week in una parola? Energia. Ci sono sempre più comunicatori esperti e il settore del vino è in grande fermento, ma oggi più che mai a fare la differenza sono l'autorevolezza e l'energia con cui ci si approccia a questo mondo. Milano poi è il motore d'Italia, un luogo dove è più facile rimanere coinvolti, una città che ha un'energia propulsiva in grado di innescare stimoli sempre nuovi. Io stesso preferisco le situazioni di movimento e incontro con le persone ai ritmi lenti della campagna: sono nato a Firenze, ma ho vissuto in Olanda, a Londra e a New York per tantissimi anni. Penso che la Milano Wine Week sarà un'occasione per tutti di dare il meglio di sé condividendo la passione in comune per il vino, ma anche le proprie competenze in materia. Condivisione è la parola chiave anche per quanto riguarda i miei progetti futuri: vorrei fare sempre più video, perché trovo che sia un modo di comunicare davvero stimolante. È trasversale, permette di raggiungere più generazioni e offre un riscontro immediato: credo che sia il metodo più adatto per trasmettere al meglio il mio coinvolgimento nei progetti a cui mi dedico.



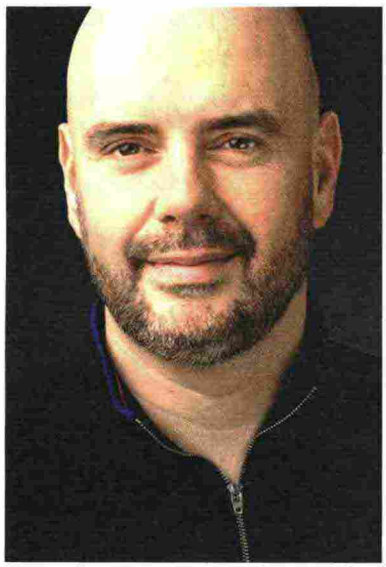
004214

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Berlucchi

• HEINI ZACHARIASSEN
Founder & Ceo di Vivino

La crescita di Vivino e il modo in cui continueremo a collaborare con l'industria del vino per rivoluzionarla sarà al centro della mia partecipazione alla Milano Wine Week. Io adoro la città di Milano, è sveglia ed è sempre al passo con i tempi: è dal capoluogo lombardo che emergono i trend in fatto di moda, design e innovazione, e questa è una grande energia che l'industria vinicola può fare propria durante la Milano Wine Week. Per quanto riguarda il futuro, Vivino diventerà sempre più personalizzato. Presto introdurremo una



nuova funzionalità, la «percentuale di compatibilità»: anziché limitarsi a consultare i consigli di Vivino, gli utenti potranno visualizzare in percentuale quanto un vino è compatibile con i loro gusti, per un'esperienza unica. Il vino è un piacere soggettivo, quindi più conosciamo le preferenze dei consumatori, più possiamo aiutarli a trovare la bottiglia che li soddisferà davvero.

• VALENTINA ABBONA
Marketing manager di Marchesi di Barolo

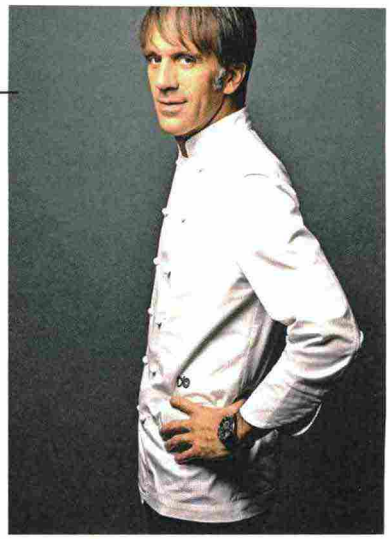
Nonostante le difficoltà del periodo, ritengo che questo momento sia stato anche un'occasione per fare alcune riflessioni. Sicuramente il contatto umano è fondamentale in un settore come il nostro: il vino si basa su relazioni ed esperienze dirette ma, allo stesso tempo, abbiamo avuto modo di provare in prima persona come il mondo digitale possa essere sfruttato per ottenere risultati di successo, laddove i rapporti sono già consolidati. Negli ultimi mesi abbiamo cercato di crescere ed evolverci per adattarci a questo nuovo scenario e per rispondere alle esigenze del mercato, senza però discostarci mai dalle nostre origini e dalla nostra filosofia, che è quella di rendere contemporanea la tradizione. La nostra famiglia infatti, crede fermamente di dover mandare un messaggio forte, diretto e non mediato: quello della nostra lunga storia e della straordinaria complessità e unicità del nostro territorio. La chiave di volta sarà, pertanto, il ritorno alla normalità, così come è già successo in passato quando le conoscenze scientifiche erano meno all'avanguardia: per Marchesi di Barolo il vino è espressione di convivialità, gioia ed espressione di un territorio, e vogliamo che rappresenti sempre un mezzo per viaggiare, anche se solo con l'immaginazione.

004214
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
Berlucchi

Personaggi di Spirito

ANDREA ANTINORI
Founder di Winelivery

In questo periodo molto particolare, Winelivery ha supportato sia il produttore, durante il fermo delle vendite, sia il consumatore, dandogli la possibilità di degustare e apprezzare i prodotti a casa propria quando al ristorante non si poteva andare. Proprio questo contatto diretto con il cliente è il valore aggiunto di Winelivery e ciò che porterà alla Milano Wine Week: la nostra forza è proprio la maniera tecnologica in cui mettiamo in contatto produttore e consumatore. Tramite la nostra app e il nostro sito, che continueremo a strutturare sempre di più per agevolare le comunicazioni, vogliamo continuare a essere i portavoce delle nostre cantine: siamo in costante evoluzione, ma la nostra missione resta sempre quella di raccontare, oltre che di vendere. In più, siamo particolarmente fieri di partecipare a una manifestazione che si tiene a Milano, la città che ci ha dato i natali: si può dire che sia la nostra patria!



DAVIDE OLDANI
Chef

Milano è la mia città, da cui ho ricevuto anche l'Ambrogino d'oro: la vedo in grosso fermento, in grado di ripartire bene dopo il lockdown grazie alla forza dell'inclusività che offre. Parteciperò alla Milano Wine Week per parlare di tutto quello che c'è di nuovo nel settore dopo la pandemia: vino e cucina viaggiano su due binari paralleli, si danno forza e si supportano a vicenda. La trasversalità del vino, che possa abbinarsi anche a una cucina molto personale, è di grande importanza per me. Con tanti produttori diversi e tanta qualità nel settore, il vino è un aiuto sia per l'arte culinaria sia per il cuoco in sé, che può così sperimentare e riuscire a proporre idee sempre nuove: da una parte c'è la ricerca di un pairing sempre più intenso, ma dall'altra anche la libertà di azzardare contrasti anziché abbinamenti.

GREG LAMBRECHT
Founder & Executive director di Coravin

Sono davvero onorato di poter partecipare al Wine Generation Forum, trattandosi di un importante momento di incontro tra produttori, manager, consulenti e tecnici appartenenti a una nuova generazione con un approccio inedito all'industria vinicola. Spero che il modello di sviluppo di Coravin, sempre attento alle necessità dei consumatori e all'innovazione tecnologica, possa essere di ispirazione per i futuri professionisti del settore alla ricerca di nuovi linguaggi e nuovi stimoli. Sono poi molto legato all'Italia e a Milano, una città che condivide la sua bellezza con tutto ciò che la circonda: è accogliente, veloce e libera. Con la pandemia si è presa una pausa, ma sono certo che sarà un'opportunità per ripartire con obiettivi freschi e rinnovati. Lo stesso vale per noi di Coravin: la situazione ci ha scossi, ma ogni crisi genera un'occasione. Siamo obbligati a pensare fuori dagli schemi, a provare cose nuove e a navigare in un ambiente in continua evoluzione, ma quest'attitudine agile e creativa avrà sicuramente un impatto proficuo sul nostro futuro.

004214
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
Berlucchi

• ANDREA BOTTAREL
Direttore del Consorzio Tutela Lugana Doc

Il mondo del vino, in particolar modo quello italiano, vive in questo momento in equilibrio tra due momenti storici: da un lato, un passato fortemente identitario, che gli dà grande spessore, ma che a volte rischia di appesantirne la comunicazione; dall'altro, un futuro nel quale talvolta stenta a comunicare e comunicarsi, perché il vino richiede tempo, è un prodotto esperienziale, fatica ad adattarsi alla narrativa moderna, fatta di rapidi frammenti di informazione. Si parla spesso di tradizione e innovazione, ma non si è ancora riusciti a trovare una sintesi del tutto convincente di questi due fattori. Il rischio concreto, come si vede spesso nell'approccio a nuovi mercati, è quello di risultare portatori di una comunicazione «esoterica» e poco fruibile al consumatore non esperto. La sfida per il futuro sarà quindi quella di riuscire a riassumere il caleidoscopio di denominazioni, storia, interpretazioni e nuove idee, in un'immagine più fruibile e approcciabile. Mi piacerebbe essere in grado di trovare questa formula per raccontare Lugana per quello che è: una piccola denominazione, che proprio nel 2020 compie trent'anni, fatta di moltissime realtà, interessantissime storie di vita, interpretazioni uniche e soprattutto, grande entusiasmo per quello che si fa.

• LUCIA LETRARI
Enologo e titolare di Letrari

Noi di Letrari porteremo alla Milano Wine Week una degustazione, con una partecipazione diretta da parte nostra: quella appena trascorsa si è dimostrata un'annata così particolare che ci teniamo a soddisfare tutte le curiosità di ospiti e clienti. Ovviamente ci sarà anche una grande attenzione al tema dell'identità territoriale: il vino del futuro dovrà rispecchiare il territorio, e anche le piccole realtà come la nostra devono poter emergere insieme a quelle più grandi. Siamo un'azienda molto legata al passato e alla tradizione, ma con lo sguardo rivolto sempre avanti: siamo sempre al lavoro per creare nuove etichette e per valorizzare prodotti come il Trentodoc, che rappresenta non solo la storia della nostra famiglia, ma anche la nostra volontà di guardare al futuro. Abbiamo appena concluso la vendemmia di quest'anno con molti punti di domanda riguardo a ciò che succederà, ma il contadino che è in noi ci porta sempre a pensare al domani con positività: questo è ciò che ci insegna l'agricoltura. Ecco perché siamo molto legati alla città che ospiterà Milano Wine Week: se un territorio come il nostro è legato alla storicità, Milano è sempre un passo avanti non solo rispetto alle città italiane, ma anche a quelle di tutto il mondo.

004214

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Berlucchi

• INNOCENTE NARDI
Presidente del Consorzio di Tutela Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg

Conegliano Valdobbiadene è una delle denominazioni storiche italiane, che rappresentano al meglio l'enologia del nostro Paese, il territorio e la cultura viticola italiana. L'obiettivo è quindi quello di condividere con gli ospiti della Milano Wine Week la nostra identità storica e culturale, oltre che ovviamente legata al vino: a Conegliano è nata la prima scuola enologica in Italia nonché il successo del Prosecco, che oggi è la bollicina più apprezzata e venduta al mondo, senza contare che il Conegliano Valdobbiadene è stato riconosciuto patrimonio dell'u-

manità Unesco lo scorso anno per il suo paesaggio viticolo. Nel presente e nel futuro del nostro Consorzio c'è l'importante compito di guidare una denominazione di quasi 100 milioni di bottiglie che racchiude in sé un'identità storica e culturale di assoluto livello. Per farlo, ci basiamo su quelli che sono i criteri fondamentali di un vino di successo: qualità, serietà, credibilità e sostenibilità, tutti valori importanti che devono essere non solo comunicati, ma anche dimostrati.

• FEDERICO VERONESI
General Manager di Signorvino

Siamo convinti che il futuro del vino passi dalla formazione e dalla promozione dei prodotti e dei territori, con l'obiettivo di creare un'abitudine al consumo sempre più consapevole e informata. Prima di tutto entrando sempre in più stretto contatto con i consumatori e i loro gusti. Da Signorvino, con i nostri 18 punti vendita diffusi sul territorio nazionale, riusciamo a monitorare le scelte e i comportamenti dei clienti per andare ad anticipare i nuovi trend. A tal proposito abbiamo messo a punto un sistema di Crm e un canale e-commerce dotato dell'innovativo metodo o2o (on line to off line). Dare un ventaglio sempre più eterogeneo di possibilità di selezione e acquisto siamo convinti sia una prerogativa per il retail del vino. La parola d'ordine rimane comunicare: in maniera immediata, professionale ma divertente, dobbiamo riuscire a veicolare la ricchezza del settore vinicolo italiano con appuntamenti sempre diversi di incontri con il produttore, formazione, di degustazione o puro intrattenimento. Il vino deve tornare a essere condivisione e piacere, alla portata di tutti, ma con una fruizione e un consumo consapevoli.

004214

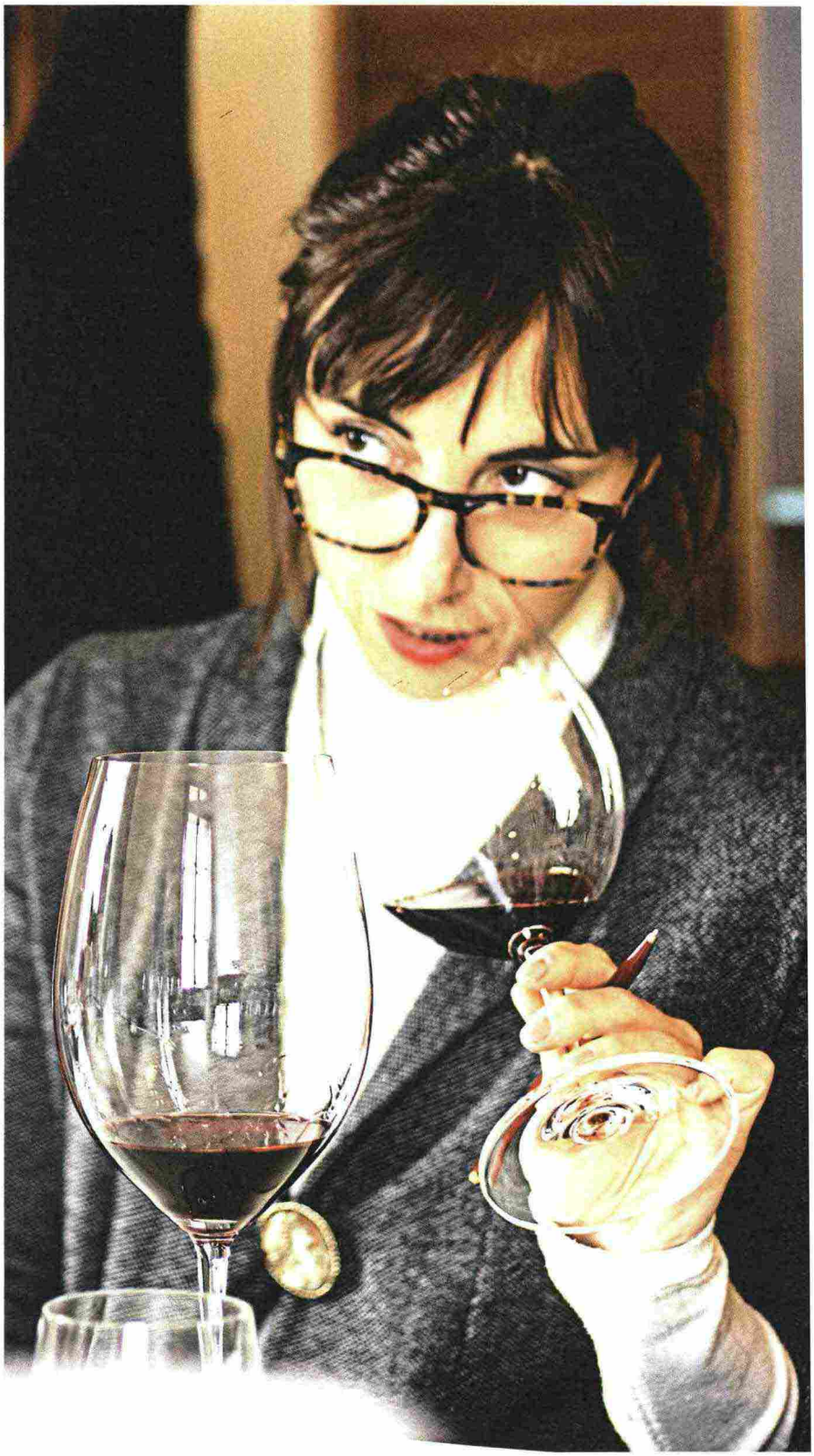
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Berlucchi

SPIRITO diVINO

Bimestrale

Data 11-2020
Pagina 20/33
Foglio 10 / 14



• LEILA SALIMBENI
Coordinatrice di «Spirito diVino»

La Milano Wine Week è oggi più necessaria che mai. Il momento storico impone lucidità e, soprattutto, un mutuo ascolto, e una mutua assistenza, da parte di tutti gli agenti della filiera del vino. L'economia dell'era globalizzata ci ha insegnato infatti, come mai prima della crisi del 2008, che tutto si tiene. Oggi sappiamo che, nel macro-universo del vino, se salta un solo anello della filiera saltiamo tutti, dal produttore alla stampa specializzata, passando per le pubbliche relazioni e fino alle industrie specializzate nelle tecnologie di produzione, da parte di tutti noi è oggi necessario uno sforzo, anche e soprattutto in termini di fantasia e di visione. Siamo infatti chiamati a ripensare il modello e, più in generale, dobbiamo immaginare un nuovo mondo che abbia come suo focus, in particolare, l'economia interna, di cui è necessario stimolare e alimentare i consumi, propiziando così una ripresa che sarà, almeno in un primo momento, comunque parziale. Se riusciremo in questo avremo superato questa tempesta: ecco perché la Milano Wine Week è, oggi, più necessaria che mai.

004214

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Berlucchi

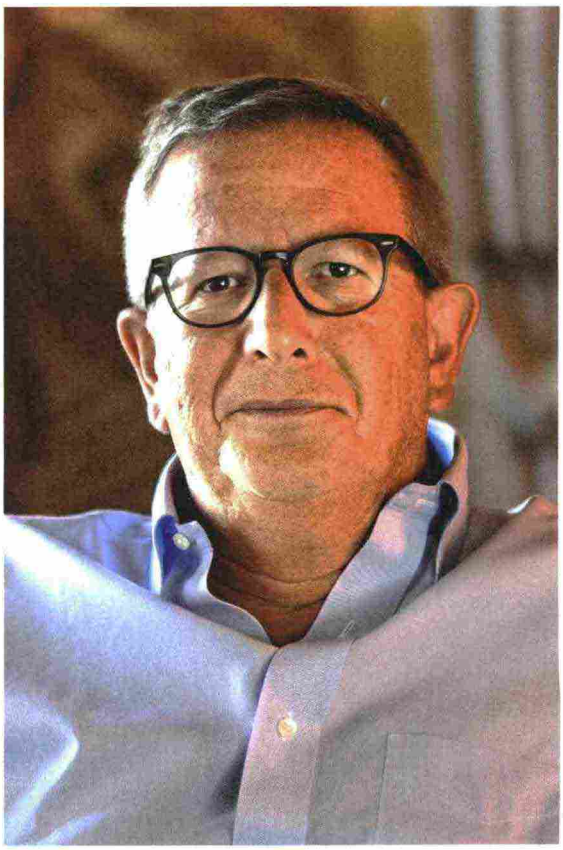
Personaggi di Spirito

• BENIAMINO GAROFALO
Amministratore Delegato
di Santa Margherita Gruppo Vinicolo

Santa Margherita Gruppo Vinicolo ha deciso di investire concretamente nell'horeca che diventerà il nostro veicolo di comunicazione con il largo pubblico: saranno il nostro palcoscenico, lavoreremo ancora di più con loro. Vogliamo dimostrare la qualità, la dignità, la capacità imprenditoriale, la forza dell'innovazione del settore. Questa è la «chiave di volta» per rialzarci: operare in un'ottica diversa, cercando un dialogo e una cooperazione che condividano un progetto di ripartenza. Questo ci è consentito dalla forza che il Gruppo ha raggiuto negli ultimi 15 anni e nel grande potenziale rappresentato dal suo livello di internazionalizzazione, che ci permette di operare oggi in più di 90 Paesi del mondo, bilanciando così, in questa congiuntura unica, gli effetti più negativi della pandemia. Aggiungo poi alla «ricetta» un saldo ottimismo: tutti noi abbiamo già passato momenti difficili, ma sempre è uscito il nostro carattere e il nostro coraggio. Rappresentiamo il vino italiano, una delle eccellenze universalmente riconosciute dell'Italia migliore.

• ARTURO ZILIANI
Amministratore Delegato e Direttore tecnico della Guido Berlucchi

Credo che i mesi passati e il periodo che ci apprestiamo a iniziare sia, e rimarrà, come una delle più grandi sfide della mia vita professionale e personale. Questa esperienza così profondamente trasformante ci ha insegnato che le strategie sono valide solo se ci sono già basi solide. Quindi, continueremo a lavorare a nuove modalità gestionali, produttive e distributive rispettose della salute delle persone, che garantiscano la sicurezza dei lavoratori e la salvaguardia del patrimonio valoriale, attraverso la meticolosa cura dei vigneti e l'uso di pratiche sostenibili, dove, tra l'altro, siamo in prima linea da oltre dieci anni. Ci impegniamo per una produzione orientata sempre più alla qualità e che sia la piena espressione della biodiversità della Franciacorta. Per la Guido Berlucchi la chiave di volta è e sarà sempre la preparazione dei nostri collaboratori, i primi ambassador della nostra cantina, e l'educazione dei consumatori, vero motore del mercato. Il confronto e la contaminazione di saperi è ciò che stiamo cercando di fare con il nostro progetto Academia che, con l'appuntamento del 17 ottobre a Milano, giunge alla sua seconda edizione.

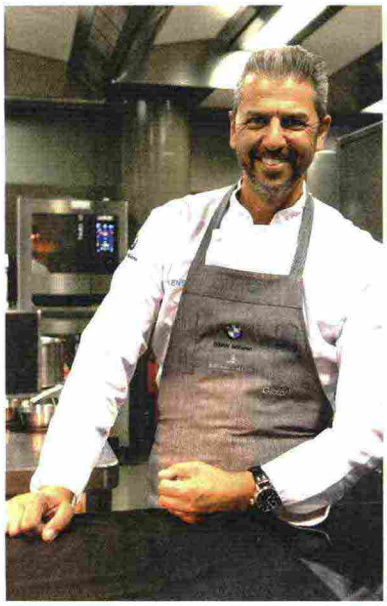


004214

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Berlucchi

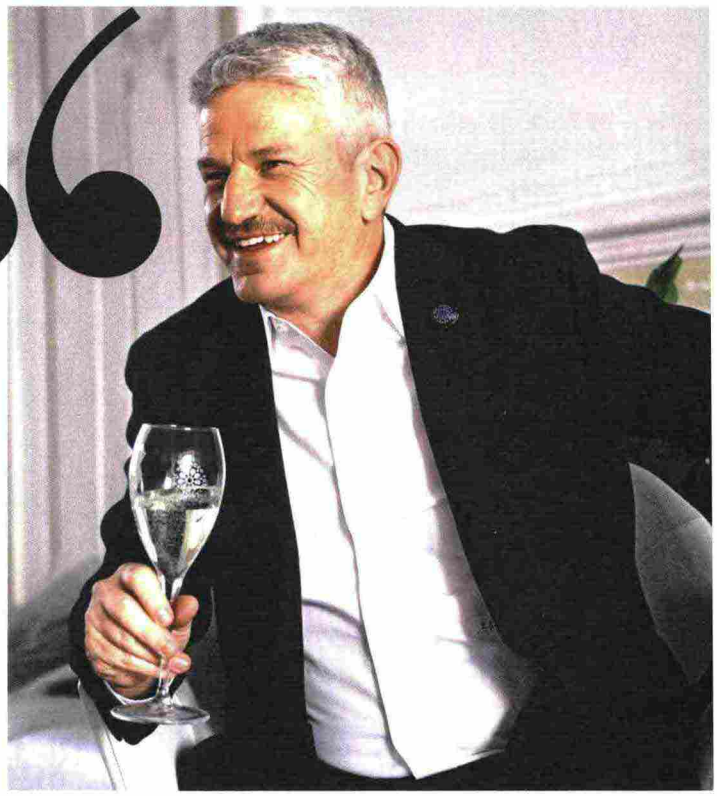
• ANDREA BERTON
Chef



Milano è il centro di importanti manifestazioni che vedono il vino e, in generale, il mondo del food & beverage protagonisti. Penso che sia importante che la città faccia vivere questi prodotti e il mio contributo, per cercare di valorizzarli ancora di più, sarà quello di far comprendere l'importanza che il vino riveste nel mondo della ristorazione. Per me Milano è tutto, è la città che ritengo essere la migliore in Italia a livello lavorativo. Professionalmente mi vedo solo a Milano, perché apprezzo molto il fatto che sia il luogo ideale per dare vita a nuovi progetti e idee. Il mio obiettivo è permettere al maggior numero di persone di degustare dei vini importanti e, già da un po' di tempo, cerco di realizzare questo proposito servendo vino al calice al Ristorante. Credo che questo possa veramente cambiare l'approccio nella vendita del vino, soprattutto nell'ambito della ristorazione. Oggi abbiamo degli strumenti che ci permettono di offrire e vendere al calice con molta più facilità di un tempo, perché le bottiglie si possono conservare anche nel caso in cui rimangano aperte per un giorno o due.

• LUCA GIAVI
Direttore del Consorzio di tutela del Prosecco Dop

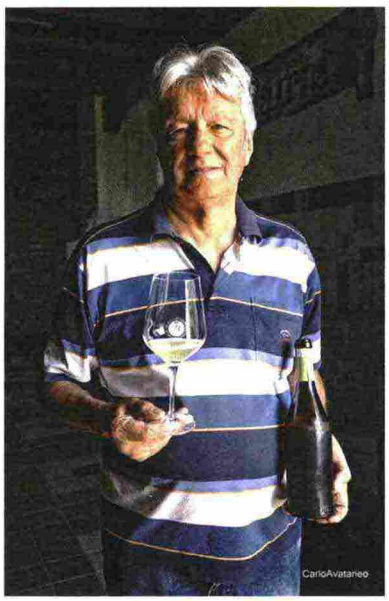
Alla Milano Wine Week porteremo prima di tutto la nostra vocazione all'internazionalizzazione, consolidata anche dai dati sui primi sei mesi di quest'anno, che ci confermano una crescita per quanto riguarda le esportazioni. La nostra è una denominazione giovane, che ha affrontato con successo una fase critica che abbiamo vissuto e di cui tuttora viviamo gli strascichi: il nostro bilancio ha ancora un piccolo segno negativo, ma confidiamo di raggiungere una parità entro fine anno. Porteremo poi occasioni di incontro, relatori che interverranno durante le nostre degustazioni: la nostra testimonianza verterà sulla capacità delle nostre produzioni non solo di abbinarsi alla cucina internazionale, ma anche di legarsi al concetto



di un'italianità quanto più innovativa. Vogliamo parlare soprattutto ai giovani consumatori, trasmettendo loro le basi per approcciarsi al mondo del vino, utilizzando strumenti sì innovativi e digitali, ma anche fisici: dobbiamo tornare a incontrare le persone. Ci proponiamo di far vivere il nostro sistema produttivo alla gente del territorio, ma anche di informare: il vino è sinonimo di divertimento, mentre l'ubriachezza è tutto il contrario.

004214
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
Berlucchi

Personaggi di Spirito



• ROMANO DOGLIOTTI
Presidente del Consorzio Asti Docg

Le iniziative che abbiamo in mente, in Italia, come la Milano Wine Week, e all'estero, sono molte. Ma dobbiamo innanzitutto ripartire da un senso di squadra e territorio. A tale scopo il Consorzio ha avviato un progetto per dare maggiore visibilità ai luoghi di produzione dell'Asti e del Moscato d'Asti Docg, andando a rinnovare oltre 20 rotatorie stradali con installazioni che riprendono i temi determinanti per il riconoscimento Unesco delle Langhe Roero e Monferrato: i paesaggi e il lavoro dell'uomo che preserva e tramanda i profili unici di questo territorio. Il tema grafico delle rotatorie andrà poi a collegarsi con la segnaletica presso le aziende e nei vigneti, dando ulteriormente risalto all'importanza del territorio, vero valore aggiunto del nostro lavoro, che tiene unito e fa crescere la nostra comunità.

• LUCIANO FERRARO
Caporedattore del «Corriere della Sera»

Di mestiere faccio il giornalista: ogni giorno mi occupo di fatti di cronaca, dal virus alle guerre, dagli incidenti ai delitti. Alla Milano Wine Week, quindi, porterò proprio questa mia conoscenza dell'attualità e della maniera in cui si interseca con il mondo del vino: i grandi cambiamenti che stanno stravolgendo la società si ripercuotono anche sul settore enologico, che non è un'isola felice, o sfortunata, a seconda dei momenti, a sé stante. Non sono un tecnico né uno specialista del vino, ma sono quotidianamente immerso nella realtà di un grande quotidiano europeo com'è il *Corriere della Sera*. La mia predilezione è quindi quella di raccontare storie, in questo caso di chi il vino lo produce e lo vende: è ciò che voglio fare durante la Milano Wine Week. Vorrei portare l'energia e la passione di quei produttori che provengono da altri settori, come quello della moda, del lusso o della grande distribuzione, con interviste che si focalizzino anche e soprattutto sui loro investimenti in Italia.

• SILVANO BRESCIANINI
Presidente del
Consorzio Franciacorta

La sfida dei prossimi mesi è dettata dal Covid: sembra infatti certo che fino a fine anno sarà tutto limitato, ma dalla primavera prossima auspichiamo di poter tornare alla normalità, riattivando gli incoming con stampa e buyer. Come Consorzio, anche grazie all'impegno che in questi mesi non è mai cessato, abbiamo riadattato tutti i progetti in chiave digital e abbiamo investito molto sulla comunicazione stampata e online. Questa situazione ha accentuato l'importanza della diversificazione dei mercati e dei canali e, appena possibile, implementeremo l'attività in questa direzione. La strategia sul mercato nazionale prevede ancora delle limitazioni, gli incontri saranno virtuali, ma posso segnalare la novità del podcast, a cura di Fede&Tinto, sul libro *La Franciacorta nel Rinascimento*, che lanceremo in autunno. In Giappone, Germania, UK e Usa oltre ai seminari curati da esperti di riconosciuta esperienza, stiamo attivando collaborazioni con le Associazioni dei Sommelier, per meglio dettagliare la didattica Franciacorta.

004214
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
Berlucchi

• RICCARDO PASQUA
Amministratore Delegato di Pasqua Vigneti e Cantine Spa
(nella foto, a destra; accanto, Umberto e Alessandro)

La nostra strategia di continuare a investire in innovazione e qualità è rimasta invariata. Non è cambiata neppure durante i mesi più duri della pandemia. È stato modificato il metodo, il modo di fare le cose, i processi si sono dovuti adeguare ai nuovi protocolli. Abbiamo continuato a lavorare, nonostante le difficoltà, a nuovi progetti, che confidiamo vedano presto la luce. La cura della terra e del vigneto sono rimasti parte della nostra quotidianità, i nostri percorsi di sperimentazione per una coltivazione più sostenibile hanno continuato la loro evoluzione. Portare il passato nel futuro, con tutto il know-how raccolto dalla mia famiglia in 95 anni di storia, resta la nostra mission. La chiave di volta è anche oggi l'identità e la fedeltà a essa. Solo restando coerenti con quello che la nostra cantina rappresenta, cioè la ricerca, l'innovazione, la creatività, la qualità e la sostenibilità, possiamo attraversare questa tempesta perfetta. Un'identità forte e ben tracciata non è rigidità, anzi. Consente di riconoscere anche nella sperimentazione lo stile specifico della cantina, consente di rinnovare senza snaturare.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

004214

Berlucchi

SPIRITO diVINO

Bimestrale

Data 11-2020
Pagina 64/71
Foglio 1 / 8

In questa pagina, Allegra Antinori nella libreria di Palazzo Antinori, a Firenze (antinori.it). A fianco, le cinque sorelle Bianchi Michiel di Villa Angarano, a Bassano del Grappa (Vicenza): da sinistra, Giovanna, Isabella, Carla, Anna e Maruzza (villaangarano.com).

004214

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Berlucchi

SPIRITO diVINO

Bimestrale

Data 11-2020
Pagina 64/71
Foglio 2 / 8

Le signore delle viti

Ritratti di PASSIONE

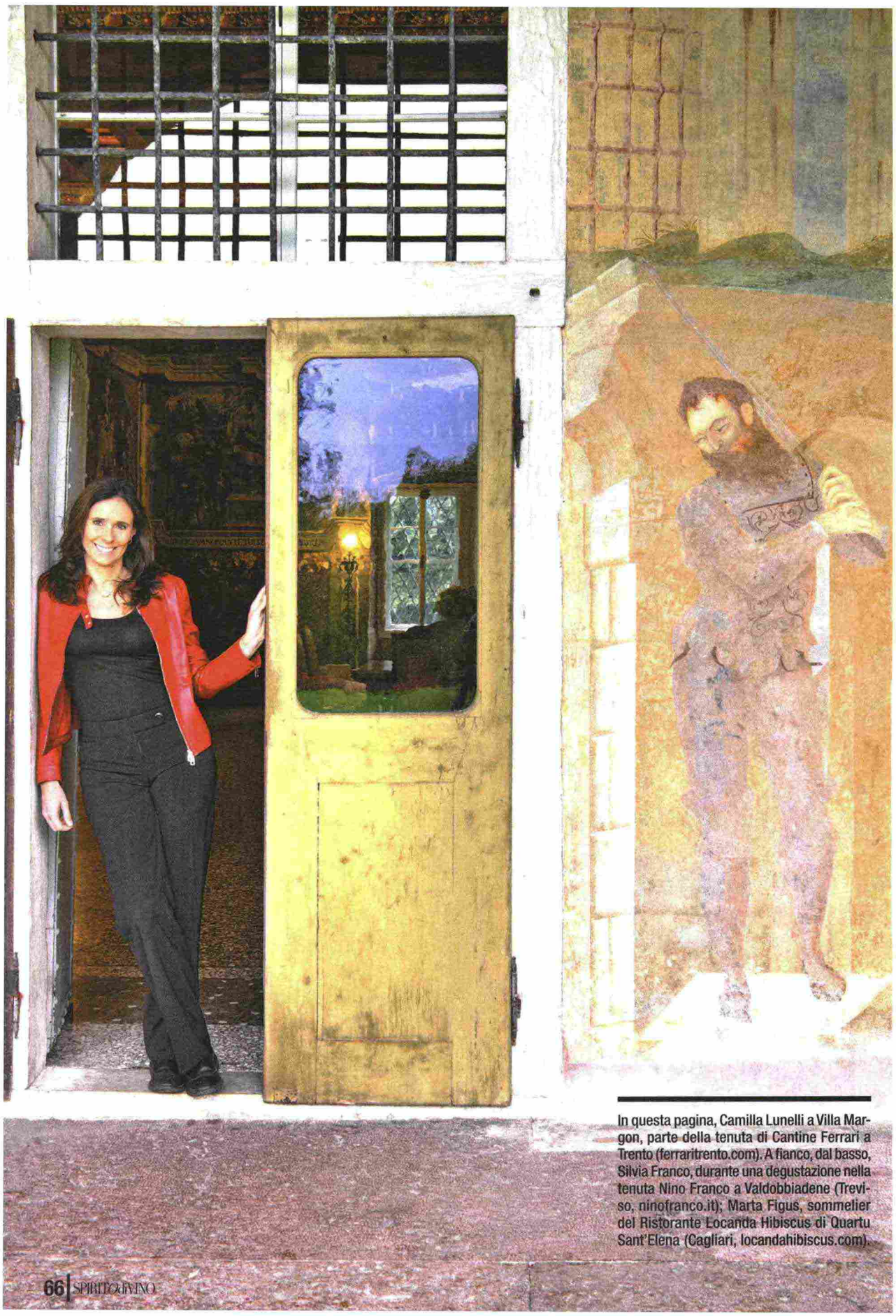
VIAGGIO NELLA FOTOGRAFIA DEL VINO AL FEMMINILE DI STEFANO SCATÀ, ALL'INSEGNA DI UNA COLTA ELEGANZA

di Emanuele Alessandro Gobbi

004214

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Berlucchi



In questa pagina, Camilla Lunelli a Villa Margon, parte della tenuta di Cantine Ferrari a Trento (ferraritrento.com). A fianco, dal basso, Silvia Franco, durante una degustazione nella tenuta Nino Franco a Valdobbiadene (Treviso, ninofranco.it); Marta Figus, sommelier del Ristorante Locanda Hibiscus di Quartu Sant'Elena (Cagliari, locandahibiscus.com).

004214

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

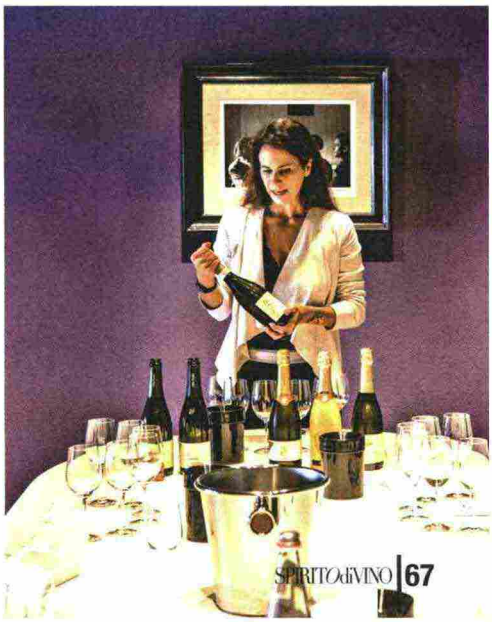
Berlucchi

Le signore delle viti

Una scena familiare a chiunque abbia svolto una passeggiata nei boschi poco prima del tramonto è quella di scorgere la luce del sole che filtra tra gli alberi e lungo il sentiero, mentre intorno tutto è calmo e tranquillo. Dovendo però utilizzare una sola parola per descrivere tale esperienza, quale termine sarebbe più appropriato? Alquanto difficile, perché si dovrebbe ricorrere a una serie di vocaboli che mettano in risalto la serenità, la bellezza, la pace, insomma una forma di soddisfazione. Termini, dunque, che sfiorano la sensazione che si prova in quel momento, senza però descriverla con precisione e che ci riconducono spesso e volentieri alla femminilità, al suo modo di sentire complesso, talvolta complicato, ma talmente sfaccettato da prestarsi come variante a ogni elemento naturale e a ogni sistema con cui essa viene a contatto.

LA PERSONALITÀ COLTA NELL'ISTANTE DELLO SCATTO

È qui dunque che la fotografia ci può venire incontro e condurre al pensiero, per la sua innata capacità di convogliare le parti di un insieme e dare adito alla visione. Già, quando penso all'arduo mestiere del bravo fotografo, mi viene in mente proprio questo: non solo riprodurre alla perfezione l'immagine stabile di un soggetto reale, piuttosto svelare il senso di una professione attraverso un concentrato di emozioni in cui, ça va sans dire, i caratteri femminili divengono, se non protagonisti, almeno essenziali.
Stefano Scatà, come recita Massimo Morello a proposito della sua biografia, «rappresenta un lifestyle globale, il suo. Lui fotografa ciò che è. Vive come fotografa, o viceversa». Nella sua intensa esperienza enogastronomica dietro le quinte, Stefano ha spesso catturato l'essenza al femminile in svariate occasioni, cercando di far trasparire «eleganza e freschezza». Scatti sublimi di donne che producono vino, che lo assaggiano, che lo vendono, che lo promuovono, che ne scrivono, ottenendo l'impresa, attraverso il fatidico clic, di distogliere l'immaginario dall'idea che il nettare di Bacco fosse soltanto una cosa da uomini.
«Onestamente non so cosa cerchi il consumatore, ma sicuramente sono convinto del come mi piace proporre la femminilità. Il produttore è il produttore e desidero presentarlo sempre in maniera professionale e notabile, senza dimenticare che una donna, comunque, ama anche essere elegante in cantina. Se riveste invece la figura di sommelier o al limite di degustatrice, allora amo giocare un po' di più, mostrando l'agilità nel tenere tanti bicchieri in mano o magari esibendo mani ben curate e visi sorridenti che trasmettano pienezza per quello che svolgono».
Lui sì, Stefano, un talento, un signore del vino, con il ritratto dell'oggetto in questione molto presente, perché, a Bassano del Grappa, dove vive, «siamo abituati all'aperitivo in piazza o in enoteca con gli amici, dove beviamo, almeno noi, esclusivamente vino».
Forse siamo solo all'inizio di una rivoluzione pacifica che sta «femminilizzando» il mondo del vino, nel senso di un apporto di cura, di studio, di inevitabile innovazione e anche di attaccamento alla terra (o terroir). Scatà sa bene che, viaggiando nell'esemplare immobilità delle immagini, il vino rimane una questione di stile di vita e sa altrettanto bene come non dovrebbe presentarsi la comunicazione visiva. «Ricordo, ai tempi, che un noto fotografo, per un altrettanto celebre consorzio vinicolo, cercava di promuovere il prodotto mostrando una fanciulla di pelle scura nuda con in mano un calice di vino di colore chiaro, la quale fu invitata a proferire un'espressione

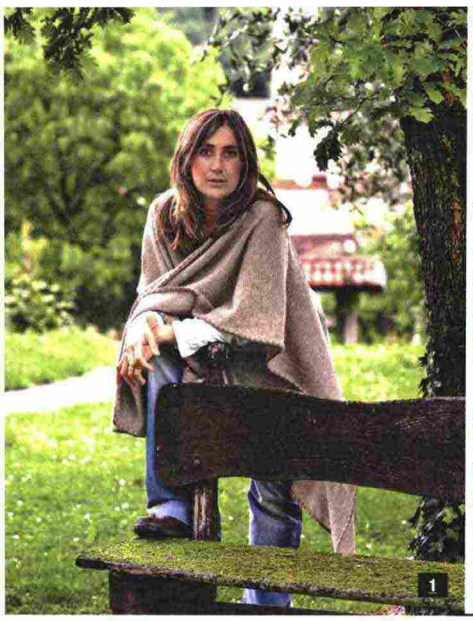


004214
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
Berlucchi

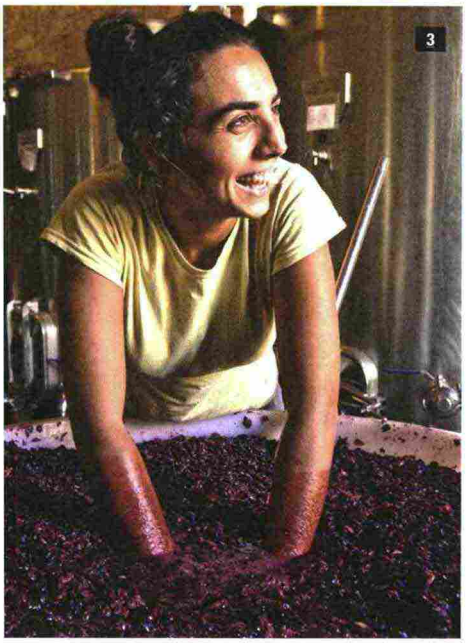
SPIRITO diVINO

Bimestrale

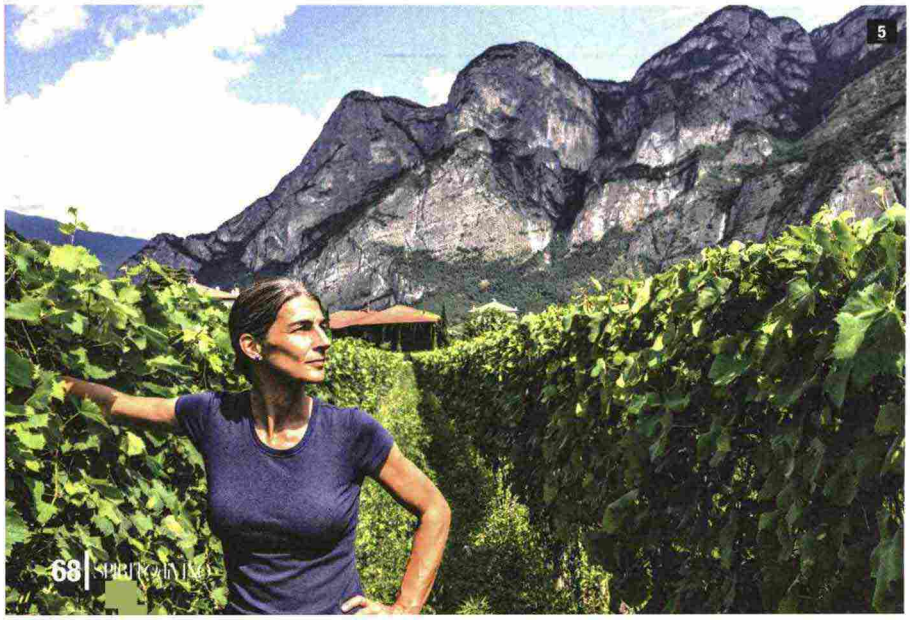
Data 11-2020
Pagina 64/71
Foglio 5 / 8



Le viti e le signore



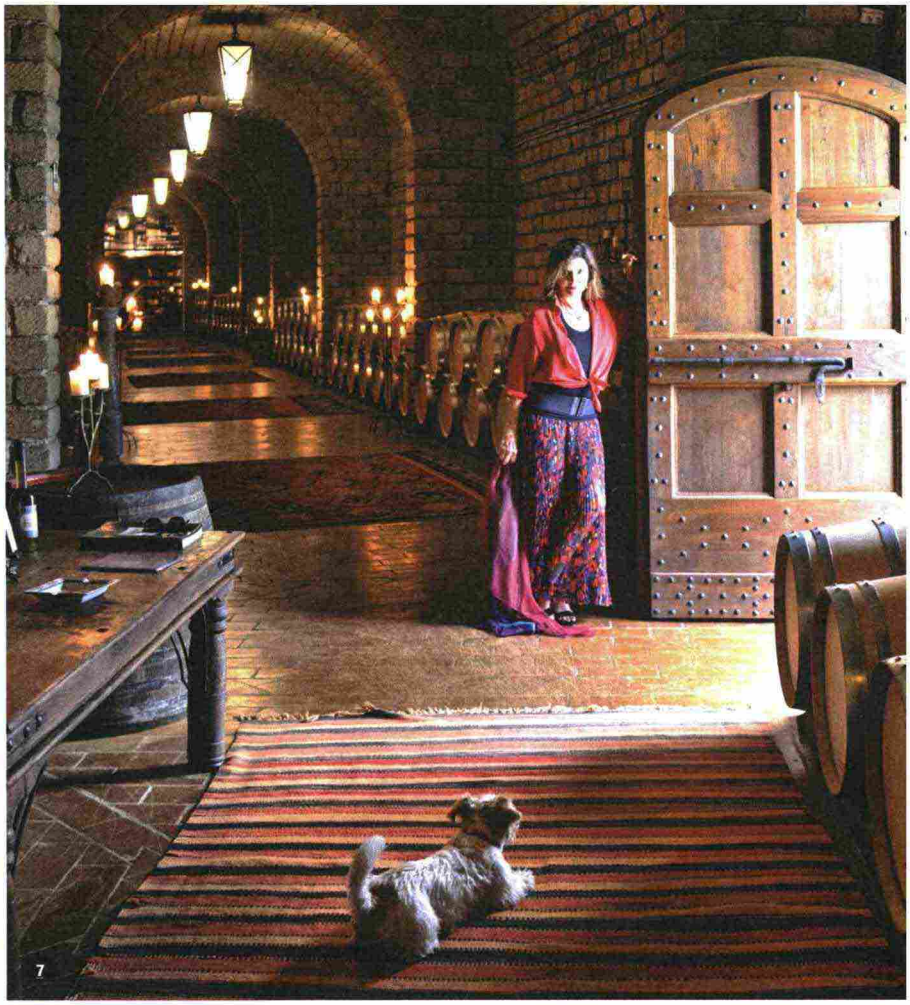
1. Camilla Alberti di Castelveder, a Monticelli Brusati (Brescia, castelveder.it). 2. Sofia Carta, sommelier della Cantina del Forte al Forte Village di Santa Margherita di Pula (Cagliari, fortevillageresort.com). 3. In pigiatura, Arianna Occhipinti, dell'omonima azienda alla Contrada Fossa di Lupo, Vittoria (Ragusa, agricolaocchipinti.it). 4. Un'abbacinante cameriera in Dirndl serve del vino rosso all'Hotel Magdalener Hof di Bolzano (magdalenerhof.it). 5. Elisabetta Foradori nelle vigne di Teroldego della tenuta Foradori a Mezzolombardo (Trento, agricolaforadori.com). 6. Elisa Scavino dell'azienda Paolo Scavino di Castiglione Falletto (Cuneo), mentre degusta un Barolo (paoloscavino.com). 7. Noemia d'Amico nella cantina di Villa Tirrena, Località Palombaro, Vaiano (Viterbo, paoloenoemiadamico.net). 8. Una lavorante nella tenuta J. Hoffstätter a Tramin (Bolzano, hofstatter.com). 9. Gisela Schneider nella cantina dei vini rossi al Terra The Magic Place di Sarentino (Bolzano, terra.place/it/).

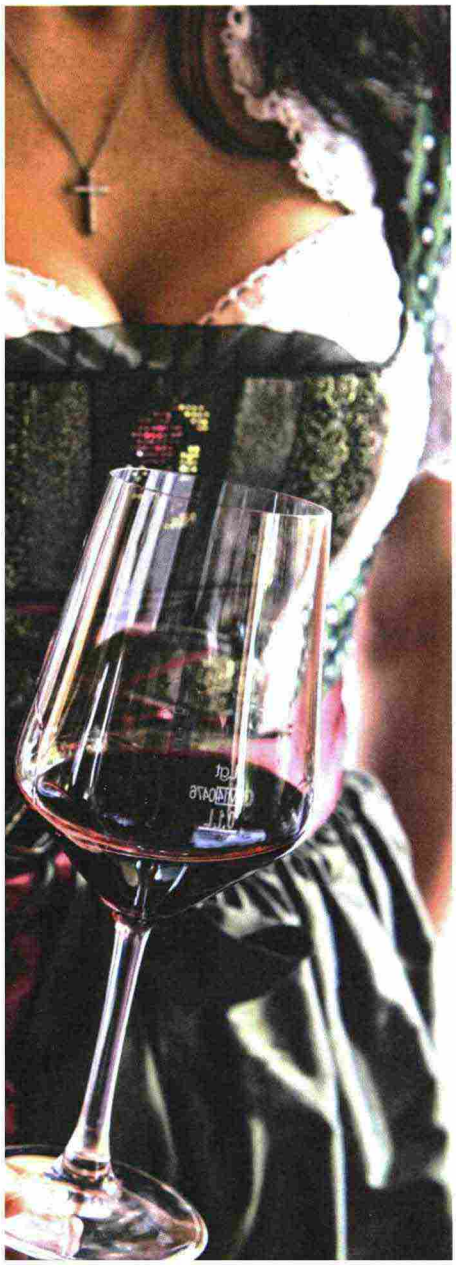


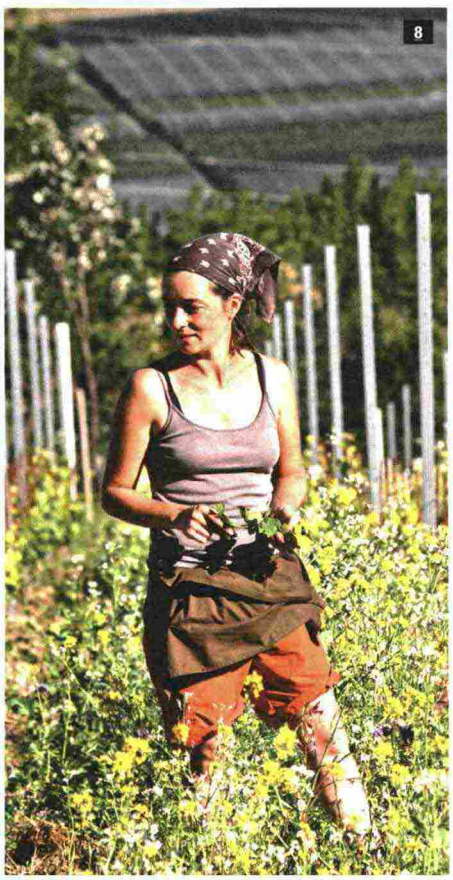
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

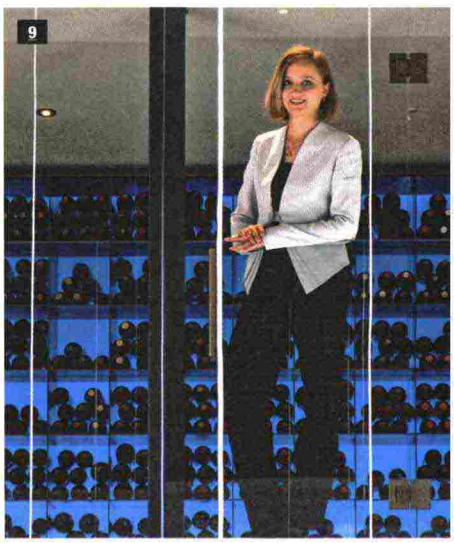
004214

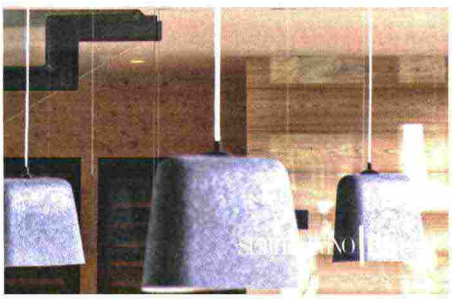
Berlucchi











Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

004214

Berlucchi

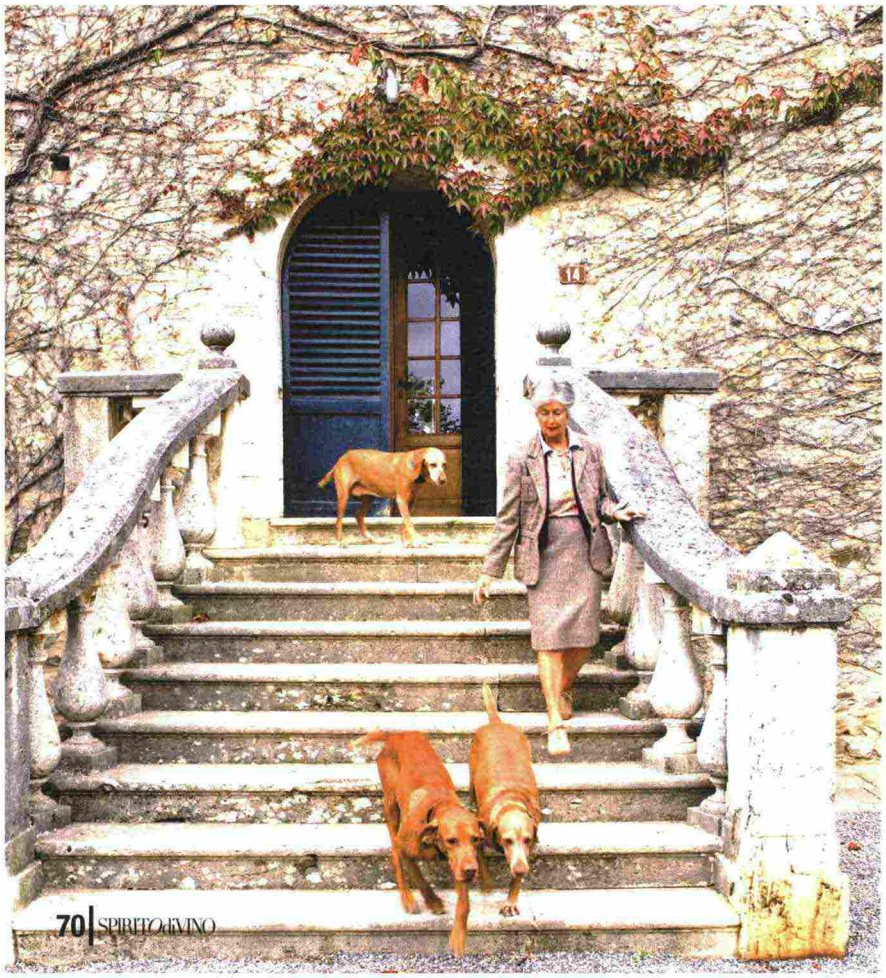
SPIRITO diVINO

Bimestrale

Data 11-2020
Pagina 64/71
Foglio 7 / 8

del genere: è l'unico bianco che mi piace!». Le foto di Stefano dimostrano, infatti, che ogni argomento coinvolto ha un proprio ruolo e una propria funzione, fondamentale nel valorizzare un progetto o una strategia per fare in modo che ogni volta divenga una tappa e un punto zero da cui ripartire. «Dietro ogni immagine ci sono degli occhi e dentro ogni occhio ci sono le idee e le intuizioni che animano la vita di chi lavora». Mai assuefatto alla sensazione di noia, alla banalità, alla mancanza di gusto e di fantasia, Stefano riesce a vedere la filigrana nelle cose e non trasmettere di conseguenza foto stereotipate, perché è solo «dialogando con il soggetto e quindi conoscendo la sua vita che si riesce a mostrare la personalità del vignaiolo».

È BASILARE CHE NON SI RISCONTRI VOLGARITÀ ALCUNA



A dire il vero, in passato, il teatro, la letteratura e addirittura il cinema hanno rappresentato troppe volte la donna accanita bevitrice, per non dire avvinazzata o comunque con i lineamenti sfigurati dall'alcol. «La cosa basilare è che nemmeno un cenno di volgarità si riscontri» altrimenti, come diceva Pasolini, rischiamo di raggiungere l'apice del conformismo o il suo momento di pieno rigóglio.

Nonostante mala tempora currunt, a proposito della fotografia è particolarmente intricato trovare nel linguaggio attuale una descrizione più essenziale ed efficace dello stato delle cose con le quali abbiamo a che fare, come pure della nostra società, dalla quale la fotografia medesima trae tematiche, ragioni d'essere e speranze. Per fortuna però, quando pensiamo a una donna che sorseggia o si dedica al vino, è molto più facile che ci vengano in mente donne determinate che hanno optato per questa attività con stile e tenacia: una presa di posizione che non arriva dal caso, ma che riflette una precisa attitudine. È la passione, nel significato che qui le attribuiamo, che rappresenta l'inclinazione vivissima, il trasporto e il forte interesse per qualcosa.

Ecco allora che nel «dipingere» per esempio Elisabetta Foradori, Arianna Occhipinti e Leanne De Bortoli, Stefano mette in campo le sue doti migliori per offrire una propaganda colta, intelligente, volta non certamente al consumo e soprattutto che fruisce di un'espressività cangiante, destinata a concedersi soavi e svariate esposizioni. L'orizzonte si amplia per incanto e l'attenzione enologica completa, poiché da dettaglio del gesto diventa relazione con il territorio e con la sua tutela. In queste splendide raffigurazioni si respira un atteggiamento rilassato, disincantato, libero e rimane sempre entusiasmante vagabondare con lui per estraniarsi una tantum e per comprendere al meglio, con una forma mentis ancora più consapevole, il valore del vino e delle persone. Ops, delle donne!

004214

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Berlucchi

SPIRITO diVINO

Bimestrale

Data 11-2020
Pagina 64/71
Foglio 8 / 8

In questa pagina, Rossana Gaja, figlia del patron Angelo, assaggia un Barbaresco nella tenuta Gaja di Barbaresco (Cuneo, gaja.com). A fianco, dal basso, Coralia Pignatelli con i suoi cani nella tenuta Castell'in Villa, vicino a Castelnuovo Berardenga (Siena, castellinvilla.com); Cristina Ziliani nel Palazzo Lana Berlucchi, della cantina Berlucchi, a Borgonato di Corte Franca (Brescia, berlucchi.it).

004214

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Berlucchi