

Nota Stampa

I CAVALIERI DEL LAVORO DEL VINO A DONNAFUGATA.

“Qualità, comunicazione, mercato: Le sfide vinte del Vino Italiano. A Marsala, i Cavalieri del Lavoro produttori di vino, ospiti di Donnafugata, hanno tracciato nuovi scenari e nuovi strumenti per affrontare il futuro. Nuovi linguaggi, più selezione negli obiettivi strategici, l'innovazione del WEB. Sarà una vendemmia, la 2015, davvero super, soprattutto per i vini rossi.

E' nato come un momento conviviale tra i Cavalieri del Lavoro produttori di vino, ma è diventato nel tempo una prestigiosa occasione di confronto e di analisi su cosa accade nel mondo del vino a livello internazionale e in Italia. Si è conclusa così la **IV edizione dell'incontro annuale dei Cavalieri del Lavoro del vino**, tenuto questa volta in Sicilia, a Marsala, nelle Cantine storiche di Donnafugata, sabato scorso, 7 novembre.



La kermesse dal titolo **“Qualità, comunicazione, mercato: Le sfide vinte del vino italiano”** è stata l'occasione per fare il punto sul sistema produttivo del vino di qualità, evidenziandone le potenzialità e le criticità che ancora non sono state sviluppate o che rallentano i processi di identificazione e di riconoscibilità delle nostre produzioni più avanzate per eccellenza ed identità territoriale, soprattutto sui mercati più importanti, a partire dal Nord-America ma anche Cina e altri paesi emergenti.

Questi "capitani coraggiosi" del vino italiano, ripercorrendo le motivazioni e l'esperienza vissuta negli ultimi decenni, si sono confrontati apertamente sottolineando il valore raggiunto e il quadro di prospettiva che può aprirsi per questa filiera così importante per l'economia del paese. A fronte di una eccellente qualità raggiunta, dell'autenticità delle diverse cultivar, e di una annata, quella del 2015, che vede l'Italia tornare a conquistare il primato di maggior produttore mondiale (superando la Francia), occorre - voce unanime dei produttori presenti - una maggiore capacità della filiera nel valorizzare vitigni e terroir, soprattutto con il marketing e la comunicazione, su cui è necessario investire con più selezione, modificando i linguaggi e le tecniche.

Sulla vendemmia 2015 il giudizio prevalente è decisamente ottimo. I vini bianchi e gli spumanti, purché le uve siano state raccolte prima delle piogge, segneranno una buona annata, ma nella norma, soprattutto nell'area centro e nord Italia. Per i vini rossi, si profila qualcosa di straordinario: in tanti i produttori presenti che hanno richiamato la vendemmia 2010 per commentare quella appena conclusa. Se poi ad affermarlo sono produttori del calibro di Piero Antinori, Vittorio Frescobaldi, Giacomo Rallo e Diego Planeta c'è proprio da dargli retta.

Gli 11 Cavalieri del Lavoro che hanno presentato il loro vino, oltre a Giacomo Rallo di Donnafugata, sono stati Piero Antinori, Francesco Argiolas, Giuseppe Benanti, Venerando Faro (Pietradolce), Vittorio Frescobaldi, Maria Cristina Loredan Rizzardi (rappresentata dal figlio Giuseppe Rizzardi) della Guerrieri Rizzardi, Sebastiano Messina (Marabino), Diego Planeta, Paolo Panerai, Gianni Zonin. Presenti anche i

Cavalieri e produttori Bruno Ceretto e Gennaro Pieralisi (Terre Monte Schiavo), oltre ai vini di Pellegrino Capaldo (Feudi s. Gregorio) e Gino Lunelli (Ferrari).

Il dibattito è stato moderato dai giornalisti **Luciano Ferraro** del Corriere della Sera e **Veronika Crecelius** di Weinwirtschaft. In particolare Ferraro si è soffermato sulla grande bellezza del patrimonio paesaggistico e culturale italiano che deve essere la leva per appassionare il consumatore, incuriosirlo alla storia che sta dietro ad un vino o ad una grande bottiglia. Ad aprire con un saluto di benvenuto **Giacomo Rallo**, patron di Donnafugata. “E' un fatto importante per tutto il vino siciliano. A Marsala cinque tra le più importanti aziende italiane, si affiancano a sei produttori dell'isola, per significare il cammino che queste aziende hanno percorso nella definizione di un nuovo traguardo d'eccellenza enologica. Il problema del vino italiano nei confronti degli altri competitors internazionali non riguarda più la qualità – ha concluso Giacomo Rallo presidente e fondatore di Donnafugata – ma il rapporto prezzo-qualità-immagine. Il nostro obiettivo è superare la Francia, non solo nei volumi, come è accaduto questo anno, ma nel fatturato”.

Dal dibattito è emerso che in un'epoca sempre più globale è fondamentale osservare le tendenze dei mercati internazionali e puntare sui social network e sulle nuove forme di comunicazione digitale. **Vittorio Frescobaldi**, dell'omonima azienda, ha affermato che: “Si vince se si esporta perché il consumo a livello pro capite in Italia sta diminuendo”. E **Pietro Antinori** si è soffermato sulle potenzialità della tradizione enogastronomica italiana da comunicare ai giovani. “Bisogna comunicare i valori dei nostri prodotti vinicoli. L'autenticità e i nostri vitigni autoctoni. Ciò che c'è dietro una bottiglia di vino, cioè la bellezza del paesaggio, la storia, la tradizione, la gastronomia Italiana. I nuovi mezzi di comunicazione sono modi innovativi e sono efficaci soprattutto per quanto riguarda il target giovanile che è il futuro”.

La forza dell'Italia del vino sta nella varietà dei territori dell'unico Paese al mondo in cui la vendemmia copre tre mesi. L'Etna è uno di quei terroir unici che il mondo ci invidia e così lo ha descritto **Giuseppe Benanti**: “L'Etna è un caso unico più che altro perché l'Etna è un'isola nell'isola, per via dei tanti territori che ha al proprio interno”. Il vino è anche marketing territoriale e turismo. Così la pensano **Diego Planeta** secondo cui: “Il vino crea grande interesse e il vino di oggi è vissuto dal consumatore come un qualcosa che deve essere visto dove nasce, quindi porta un turismo di qualità e un grande interesse per il territorio” e **Josè Rallo** “L'Italia del vino investe poco in marketing. Se facciamo il confronto con i Paesi del nuovo mondo, l'Australia investe circa il 15% del fatturato in comunicazione, marketing, immagine e l'Italia appena il 3-4%. Bisogna rinnovare il linguaggio, che deve essere meno tecnico e più aperto, che parli di abbinamento cibo-vino, di occasioni di consumo, che possa catturare un consumatore che sta al di fuori dai soliti target”.

Palermo 20, novembre 2015.

Nella foto: Gianni Zonin, Vittorio Frescobaldi, Diego Planeta, Paolo Panerai, Giacomo e Gabriella Rallo di Donnafugata, Piero Antinori, Nello Messina, Franco Argiolas, Venerando Faro, Pippo Benanti.

L'Ufficio Stampa



Gran Via - Società & Comunicazione srl

via Giotto, 92 - 90145 Palermo

Tel. (+39) 091 6814529 - Cell. (+39) 388.3263847

I Cavalieri del Lavoro e i loro vini in degustazione

Diego Planeta - Planeta
Cometa 2014 Menfi Doc

Piero Antinori - Marchesi Antinori
Cervaro della Sala 2013 Umbria Igt

Sebastiano Messina - Marabino
Nero d'Avola 2012 Noto Doc

Gianni Zonin - Feudo Principi di Butera
Deliella 2012 Nero d'Avola Sicilia Doc

Paolo Panerai - Feudi del Pisciotto
Giambattista Valli 2011 Cerasuolo di Vittoria Docg

Giuseppe Benanti - Vinicola Benanti
Serra della Contessa 2011 Etna Doc

Venerando Faro - Pietradolce
Archineri 2010 Etna Doc

Vittorio Frescobaldi - Marchesi Frescobaldi
Castelgiocondo 2010 Brunello di Montalcino Docg

Francesco Argiolas - Argiolas
Turriga 2010 Isola dei Nuraghi Igt

Giacomo Rallo - Donnafugata
Mille e una Notte 1999 Contessa Entellina Doc

Cristina Loredan Rizzardi - Guerrieri Rizzardi
Calcarole 2008 Amarone Classico della Valpolicella Doc
presentato da Giuseppe Rizzardi

Presenti anche i Cavalieri e produttori Bruno Ceretto e Gennaro Pieralisi (Terre Monte Schiavo) con alcuni loro vini. In degustazione anche vini del Cavaliere del Lavoro Pellegrino Capaldo (Feudi di San Gregorio) e Gino Lunelli (Ferrari).