L'INCHIESTA

LA MEGLIO GIOVENTÙ (PARTE II)

di Claudia Cataldo

# Le pink *ladies* del vino

Sono donne, giovani e produttrici. Sono le giovani quote rosa del settore vitivinicolo che portano avanti con dedizione un lavoro per tanto tempo considerato "da uomini"

**Carlotta Pasqua, Arianna Occhipinti, Sophie Ginevra Conte, Violante Gardini.** Nomi più o meno conosciuti, aziende più o meno strutturate, figlie d'arte, storie diverse ma legate dallo stesso filo conduttore. Avevamo parlato degli under 40 già sul numero scorso, ma questa volta a raccontarsi sono le donne. Non più in panchina, ma ***bomber*** che in campo riescono a portare stile e risultati concreti, ambasciatrici determinate del loro territorio e in prima linea non solo nelle proprie aziende.

**NOME:** Violante Gardini
**ETÀ:** 30
**VINO DEL CUORE:** Non voglio essere opportunista ma è uno dei miei vini, si chiama Cenerentola, una Doc Orcia: il Nobile di Montepulciano e il Brunello di Montalcino sono le due sorelle più conosciute ma lei, anche se meno famosa, conquista comunque il principe azzurro. Altri vini del cuore li ho trovati visitando zone famose del ventaglio produttivo. Champagne de Sousa per esempio. Cloudy Bay per la Nuova Zelanda, ma



Codice abbonamento: 060038

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Movimento Turismo del Vino

ce ne potrebbero essere anche molte altre italiane come il Pinot Nero di Franz Haas. Però, ribadisco, la passione per tutti questi vini è nata visitando le cantine, per questo credo fermamente nelle grandi potenzialità del turismo del vino.

**UNA FIERA IMMANCABILE:** Prowein

**PERSONAGGI STIMATI:** Angelo Gaja

"Mi occupo di Marketing e vendite vino, in Italia e all'estero (www.cinellicolombini.it). Lo ammetto: adoro il mio lavoro e mi sento ogni giorno molto fortunata. Mi sono appassionata al settore fin da bambina, è stato un processo molto naturale: si viaggia tanto e si hanno amici in tutto il mondo con cui condividere una stessa passione, spesso persone magnifiche che conoscono le loro viti una ad una e che diventano esse stesse simboli del loro territorio, è un mondo che non può non far battere il cuore. Poi ci sono anche difetti, ma sono in minoranza: non puoi mettere il profumo perché altrimenti coprirebbe i sentori del vino, ad esempio. Ci sono inoltre importanti lati emozionali ed esperienziali: ed è proprio la passione, ad esempio, che il ***wine lover*** vuole percepire venendo a visitare una cantina, come ben sa anche il Movimento Turismo del Vino (di cui Violante è presidente per la Toscana, ***ndr***). Esistono barriere, ma niente che lavorando insieme – in squadra – non si riesca a superare. Penso ad alcuni mercati, molto affascinanti ma non semplici: ad esempio mamma (Donatella Cinelli Colombini, ***ndr***) inizialmente aveva timore ad affrontare con il suo ***brand*** alcune piazze, e quando poi eravamo pronti questi mercati erano ormai saturi. Il comparto vino è comunque un'area ricca di possibilità, anche e soprattutto per i giovani, sia in ambito aziendale che nel turismo del vino. Basta avere coraggio e tenere sempre gli occhi ben aperti, per anticipare i cambiamenti".

**NOME: Sophie Ginevra Conte**
**ETÀ:** 26
**VINO DEL CUORE:** Brunello Salvioni
**UNA FIERA IMMANCABILE:** Prowein
**PERSONAGGI STIMATI:** dopo mio papà, Elisabetta Foradori

"Quando ero adolescente non avrei mai pensato che sarei finita a fare il lavoro dei miei genitori. Si sa, sono gli anni della ribellione: poi senza dire niente a nessuno mi sono iscritta al corso Ais, un po' per curiosità e un po' per un latente interesse. volevo capirci qualcosa di più e così è stato. In quel contesto ho avuto modo di conoscere un noto produttore di Montalcino che ha saputo trasmettermi passione e gioia: in parte è anche merito suo se oggi faccio quello che faccio. Ho lavorato in diverse aziende, ho svolto numerose mansioni: poi è arrivato il momento ***come back home*** e sono tornata a Fattoria Tregole (www.fattoria-tregole.com), la mia azienda nel Chianti Classico. Mi piace il contatto con la terra e la gente che si incontra – simpatica – anche se riconosco tutta la complessità di questo lavoro e pertanto la mia ancora presente inesperienza. C'è tanta burocrazia, ancora scarsa propensione al marketing e alla comunicazione, una gestione economica spesso un po' troppo "fatta in casa": insomma, ci sono grandi potenzialità ma c'è ancora molto lavoro da fare. Ad esempio dobbiamo puntare su tradizione e territorialità dei prodotti. E poi rendere più cristallina la confusione di denominazioni che ci caratterizza: un nebuloso universo di nomi e prodotti comunicati in maniera sommaria e con scarso impatto, creando spesso confusione nel consumatore (e talvolta anche negli addetti ai lavori)".

Codice abbonamento: 060038

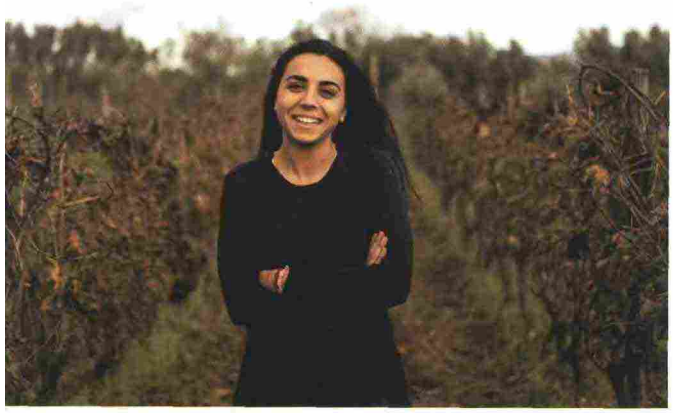
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

## L'INCHIESTA

# LA MEGLIO GIOVENTÙ (PARTE II)

di Claudia Cataldo

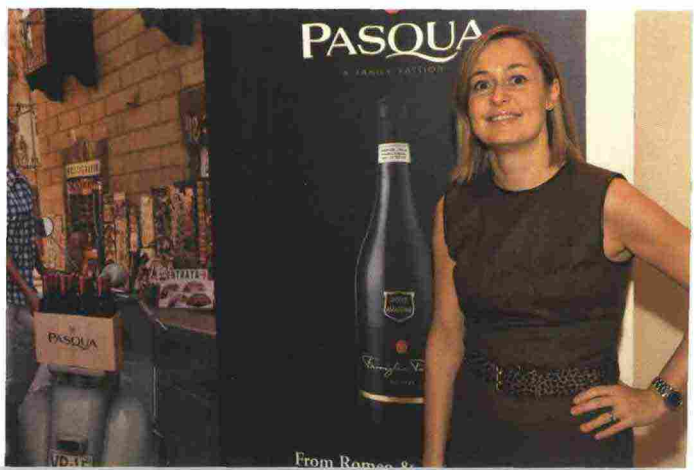
**NOME: Arianna Occhipinti**
**ETÀ:** 32
**VINO DEL CUORE:** Poulsard di Overnoy, Chenin Blanc Le Nourrissons di Stephan Bernardau. (Ops solo Francia…)
**UNA FIERA IMMANCABILE:** Forse Prowein (ma io non l'ho mai fatta ancora).
**PERSONAGGI STIMATI:** Francesco Paolo Valentini, ha la capacità con poche parole di portare avanti un lavoro egregio in campagna e tenere alta la tensione sui suoi vini.



"Sono 10 anni che faccio questo lavoro, quello dell'agricoltore, produttrice di vino (www.agricolaocchipinit.it). Io e questo settore ci siamo scelti a vicenda tanti anni fa, ci siamo – così dico io – presi per mano. Il mio è un lavoro che varia sempre, ogni giorno è diverso dagli altri: mi circondano molti altri produttori, spesso persone belle, istintive, appassionate, con cui è piacevole condividere idee e momenti. Certo, devi riuscire a guadagnarti fiducia e credibilità e solo il duro lavoro – le vendemmie che si accumulano – possono renderti credibile agli occhi degli altri. Questo vale in molti comparti e in quello del vino in particolare. Se penso alla produzione italiana, è indubbio che il nostro Paese è ricco di territori e di vini diversi, ognuno a suo modo specchio di una tradizione, di uno o più vitigni, di persone. Se solo si riuscisse a fare squadra e a raccontarci in maniera semplice tutto questo potenziale sarebbe finalmente valorizzato. Non dobbiamo mai perdere di vista che quello che conta è la qualità del vino: troppo spesso ci sono troppe parole, poche verità e poca attenzione alle cose vere. Un appello per il nuovo anno? Non perdiamo mai di vista la viticoltura che è il nostro patrimonio, la nostra storia".

**NOME: Carlotta Pasqua**
**ETÀ:** 39
**VINO DEL CUORE:** Non sono di parte ma sono cresciuta e vivo nella terra dell'Amarone… come faccio?
**UNA FIERA IMMANCABILE:** dipende dal tipo e dalle dimensioni dell'azienda e dai mercati che si vogliono aprire o potenziare.
**PERSONAGGI STIMATI:** Mio padre, spero che prima o poi mi passerà un pizzico della sua sensibilità e capacità di capire i mercati e la loro evoluzione.

"Lavoro nell'azienda di famiglia (Pasqua Vigneti e Cantina – www.pasqua.it ), ma mi occupo anche di associazionismo: dal 2010 infatti sono Presidente di Agivi, ovvero l'Associazione dei Giovani Imprenditori Vitivinicoli Italiani. Ho avuto modo di misurarmi anche con altri contesti lavorativi ma la passione innata per questo lavoro alla fine mi ha riportato all'origine, arricchita di esperienze in altri settori. C'è tanta creatività in questo comparto, è un mondo affascinate che ti dà tanto ma allo stesso tempo richiede impegno: ad esempio, ti porta ad assottigliare inevitabilmente il confine fra vita privata e professionale. Un aspetto che mi piace molto è che pur essendo tutti competitori, tra i produttori c'è sempre un grande rispetto e una grande volontà di confronto, sarà che in vino riesce ad accomunare i suoi attori con valori forti e solidi legati alla terra e alla natura. Nonostante questo, il settore si presenta ancora molto frammentato e questo è sicuramente un punto a nostro sfavore per la competitività su scala internazionale. C'è ancora molto spazio per crescere in futuro, sopratutto all'estero. Certo, fare pronostici non è facile, viviamo in un momento di grandi cambiamenti, sotto tutti i punti di vista: climatici, di abitudini e modelli di consumo, di mercati, politici, e globalizzazione e rivoluzione digitale stanno amplificando e accelerando questi fenomeni. L'importante è capire che non si tornerà indietro ma che ognuno deve trovare il proprio modo di andare avanti ed essere innovativo e competitivo, in un contesto che è sempre in fieri. Dobbiamo puntare sul marketing e sulla comunicazione, essere preparati e spingere su qualità e innovazione. Sono percorsi lunghi ma sopratutto noi giovani dobbiamo riuscire ad acquisire esperienza, conoscenze, autorevolezza ed affermarci come professionisti e non solo come terza generazione della famiglia. Un consiglio, soprattutto per i giovani che vogliono affrontare il mondo del vino: impariamo a fare sistema e a lavorare insieme per migliorare il nostro futuro".•






Codice abbonamento: 060038

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Movimento Turismo del Vino