

Consorzio “Piemonte Land of Perfection”, l’unione fa la forza

Unione di produttori vitivinicoli per esportare le eccellenze piemontesi

Da molti anni parole come "lavoro di squadra", "sistema", "coordinamento" hanno un significato strategico quando si cerca di trasmettere ai mercati esteri la ricchezza, la diversità e l'eccellenza dei vini italiani, la cultura, il territorio e lo stile di vita. Con questi obiettivi è nato il Consorzio “Piemonte Land of Perfection” che ha messo insieme i Consorzi di Tutela dell’Asti, del Barolo Barbaresco, Alba, Langhe e Roero, del Brachetto d’Acqui, dei Vini d’Asti e Monferrato, e del Gavi con l’Associazione Vignaioli Piemontesi e Produttori Moscato. Un “super” Consorzio che unisce circa il 90% delle aziende vitivinicole regionali. L’idea è di valorizzare e promuovere i vini piemontesi di qualità e il territorio sul mercato italiano ed estero. L’iniziativa è sostenuta da due strumenti finanziari a disposizione dei produttori, l’OCM vino e il PSR Piemonte 2007/2013.



Abbiamo incontrato il Presidente del Consorzio Andrea Ferrero per farci raccontare l’iniziativa.

Presidente Ferrero, perché creare un Consorzio così ampio?

In effetti è un “super” Consorzio, riunisce i principali Consorzi di tutela del vino e le più grandi Associazioni di produttori piemontesi. Rappresenta il 90% della produzione vitivinicola della regione. “Piemonte Land of Perfection” nasce con l’idea di armonizzare le strategie di promozione dei vini, delle tipicità e del territorio piemontese in particolare sui mercati esteri con fiere,

workshop ed eventi in tutto il mondo: dagli Stati Uniti alla Cina, passando per l'Europa. La novità è che per la prima volta la squadra Piemonte si muove unita, anche se con una proposta variegata.

Da dove nasce la necessità di aggregare l'offerta e spingere le eccellenze vitivinicole piemontesi all'estero, addirittura oltre oceano...

I tempi sono cambiati. La sfida ormai non è più tra Italia e Francia. Oggi Europa e paesi emergenti giocano la partita per conquistare il mercato. Se vogliamo confrontarci sul mercato globale con i grandi del vino dobbiamo per forza avviare azioni promozionali, non solo del prodotto, ma di tutto il territorio.

Il Consorzio è nato nel 2011, quali sono state le prime sfide?

Abbiamo debuttato nel 2012 partecipando al 46° Vinitaly, un'esperienza che abbiamo ripetuto anche in seguito, in attesa dell'edizione del 2014. Siamo andati dall'altra parte del mondo, in Cina al Vinexpo Asia Pacific di Hong Kong, a cui sono seguiti due workshop e un party wine tra Canton e Shanghai. New York è stata un'altra tappa importante. Abbiamo organizzato un tasting di vini piemontesi al "Tribeca 360" che ha richiamato oltre 300 tra giornalisti, ristoratori e buyers da Florida, Texas e California. Solo per fare alcuni esempi.



Evento promozionale in Cina

Il Consorzio promuove anche eventi di cultura eno-gastronomica “oltre le frontiere”...

Con l'Enoteca Italiana di Siena, abbiamo promosso l'iniziativa “Matrimonio tra vini piemontesi e cucina cinese” che da agosto a dicembre 2012, ha coinvolto oltre 2 mila commensali in otto ristoranti di Shanghai. Tipici piatti cinesi (dai ravioli, agli involtini primavera, al manzo al profumo di loto) sono stati abbinati a etichette di Barbera d'Asti e d'Alba, Langhe rosso, Roero Arneis, Cortese dell'Alto Monferrato, Dolcetto di Dogliani, Piemonte Chardonnay, Nebbiolo d'Alba, Verduno Pelaverga, Barolo, Moscato d'Asti. In tutto sono state stappate oltre 500 bottiglie. Un'operazione insieme culturale e promozionale.

Cosa è successo durante quest'anno?

È stato un anno intenso. La prima “uscita” è stata in primavera per partecipare al ProWein, il salone enologico di Dusseldorf, poi di nuovo Vinitaly, anche quest'anno il Consorzio ha avuto la regia della collettiva piemontese di Unioncamere e Regione Piemonte. A seguire siamo stati all'Interwine di Canton, la più antica fiera del vino cinese (20 mila visitatori professionali). Ultimo viaggio per il Consorzio a Hong Kong per partecipare alla 6° edizione dell'Hong Kong International Wine & Spirits Fair 2013, fiera internazionale del vino e delle bevande alcoliche.



Degustazione dei vini

Come siete riusciti ad organizzare queste iniziative?

Hanno dato un grande contributo i finanziamenti europei. L'OCM vino con la misura “Promozione sui paesi terzi” e il PSR Piemonte grazie alla misura 133 “Attività di informazione e promozione riguardo ai prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare”. Con il PSR abbiamo presentato

un progetto complessivo di 2.250.000 euro finanziato al 70%. Grazie a questi contributi abbiamo potuto realizzare azioni di promozione efficaci che hanno permesso anche a piccoli produttori di varcare il confine. Ha dato degli ottimi risultati.

Qual è il segreto del successo?

L'idea di fare squadra e presentarsi uniti sotto la bandiera Piemonte. Convince e funziona. Le aziende hanno capito che non si può più andare per il mondo a vendere e fare promozione in ordine sparso, ma occorre riunire le forze della viticoltura piemontese per fare fronte comune contro l'agguerrita presenza delle grandi enologie sui mercati internazionali. Noi continuiamo a crederci anche quest'anno convinti che sia la giusta via per il futuro dei vini del Piemonte.



ProWein di Düsseldorf

Quali sono i vostri progetti futuri?

Abbiamo già in calendario per il 2014 molte partecipazioni a fiere ed eventi in tutto il mondo: inizieremo a febbraio al Prodexpo di Mosca, poi andremo in Brasile per Expovinis e torneremo a maggio al Vinexpo di Hong Kong.

di Andrea Gamba