

Cultura del vino e tradizione familiare si incontrano nel “Paese verde”

Un giovane imprenditore lascia la sua professione per dedicarsi all’azienda di famiglia e valorizzare le eccellenze vitivinicole del territorio

Castelleone di Suasa (AN), chiamato anche il "Paese verde" per via delle numerose aiende floro-vivaistiche, si trova in un territorio collinare. Le origini della località marchigiana sono molto antiche, qui nel III sec a. C. si insediarono i romani; numerose sono le testimonianze del loro dominio, visibili oggi nel vasto parco archeologico dove vi sono resti del foro commerciale, due aree sepolcrali, l'anfiteatro e la Domus dei Coiedii, una ricca abitazione patrizia.

Siamo venuti a visitare un’azienda impegnata nella produzione di vini di qualità che, anche grazie al contributo del PSR 2007/2013, ha valorizzato le cultivar allevate e innovato il processo produttivo.



Abbiamo incontrato Roberto Venturi, il titolare dell’azienda che con passione e tenacia porta avanti il suo progetto, seguendo la tradizione familiare.

Roberto, com'è nata l'azienda?

La mia famiglia ha sempre prodotto vino. Mio nonno, che era un mezzadro, aveva un piccolo appezzamento dove coltivava la vite, prevalentemente Verdicchio. L'azienda vera e propria è nata grazie a mio padre Filiberto negli anni '70, ma come attività secondaria; producevamo vino che veniva venduto sfuso. Quando nel '93 mio padre è andato in pensione ha avuto più tempo da dedicare all'attività di famiglia e abbiamo iniziato ad imbottigliare le produzioni, anche perchè il mercato lo richiedeva. La prima etichetta che abbiamo prodotto è quella del San Martino, la selezione del Verdicchio base, successivamente abbiamo introdotto la produzione del Rosso Piceno e via via Aleatico, Sangiovese, Montepulciano e uva “balsamina”.

Che cos'è l'uva "balsamina"

È una varietà rara di Aleatico cui teniamo particolarmente; mio padre l'ha riconosciuta in uno dei nostri terreni, ma conosceva solo il nome diletta, uva balsamina, e visto che avevamo a disposizione questo vitigno abbiamo sempre prodotto un vino rosso molto apprezzato.



Vendemmia

Come è cambiata l'azienda con il suo insediamento?

A partire dal 2009, quando sono subentrato nella conduzione aziendale, ho puntato sulla valorizzazione delle produzioni e sull'espansione dei canali di vendita. Sono stato motivato da una grande passione; facevo il metalmeccanico, ma ho sempre avuto il desiderio dedicarmi all'impresa familiare e la crisi mi ha dato una mano a fare questa scelta. Quindi ho da subito voluto innovare, conservando e valorizzando quello che mio padre ha creato.

Uno dei primi passi è stato verificare la qualità dell'uva balsamina. Con la collaborazione dell'Assam-Agenzia Servizi Settore Agroalimentare delle Marche e della Facoltà di Agraria di Ancona abbiamo scoperto che si tratta di un particolare clone di Aleatico, poco diffuso nelle Marche, che matura alla fine di agosto. Poi ho fatto gli investimenti che hanno reso la azienda più competitiva.

Che ruolo ha avuto il PSR?

Mi ha dato la spinta iniziale. Innanzitutto, il Pacchetto Giovani mi ha permesso di insediarmi; grazie al premio della misura 112 ho liquidato mia sorella. La misura 121 invece mi ha permesso di costruire la nuova cantina di 400 mq, di acquistare nuovi macchinari da impiegare nel processo produttivo e nuove botti in acciaio. La vinificazione, grazie agli acquisti fatti, avviene in modo controllato e rispettando tutte le fasi di maturazione del mosto, rendendo possibile un miglioramento qualitativo del prodotto finale. Certo, l'investimento che ho fatto è stato sostanzioso, più di 200 mila euro, ma certo senza PSR sarebbe stato complicato fare tutto.

Prima ha accennato all'ampliamento dei canali di commercializzazione...

Prima del mio insediamento la distribuzione avveniva esclusivamente sul mercato locale che, ancora oggi, resta il principale sbocco commerciale. Però sto cercando di allargare il più possibile il raggio d'azione. Mi rivolgo a distributori che permettono ai Vini Venturi di arrivare in tutta Italia, in particolare al nord. Per quanto riguarda l'estero, i contatti maggiori li prendiamo durante le fiere. Ho partecipato alle ultime 3 edizioni del Vinitaly di Verona e all'ultima del ProWein di Düsseldorf. Sono stati momenti molto importanti, grazie alle fiere oggi ho importatori provenienti da Olanda, Belgio, Svizzera, Germania, Danimarca e Cina. Organizzo anche serate di degustazione e partecipo a incoming itineranti.



Vendemmia

Quali altre forme di promozione adotta?

Sito internet e cataloghi con la descrizione dei nostri prodotti, delle qualità organolettiche e della forma di allevamento. Entrambi i sistemi funzionano molto bene. Poi sono iscritto all'associazione "Varano in bottiglia" e l'Associazione "I Vignaioli del Monte Conero" che si occupano della promozione del territorio, organizzando serate di degustazione nei ristoranti della zona.

Quali sono gli obiettivi futuri?

Riuscire ad incrementare il mercato estero. Vendiamo le nostre bottiglie per 70% circa in Italia e la rimanente percentuale all'estero, mi piacerebbe riuscire a fare metà e metà. A livello locale abbiamo una buona distribuzione, ma dal punto di vista remunerativo non ho grandi soddisfazioni. I nostri prodotti sono molto apprezzati oltre i confini e sulla scia dei tanti riscontri positivi che ho ricevuto, penso che l'esportazione sia un canale su cui investire.

di Federica Gregori