



ZENATO®



Italian daily news for key players and wine lovers

di: Agnese Ceschi

Due fratelli, una tradizione: il vino nel DNA della famiglia Zenato

L'intervista ad Alberto e Nadia Zenato, che portano avanti una tradizione di famiglia lunga 50 anni, iniziata dal padre Sergio che tra i primi ha creduto nel Lugana (e non solo).



Lui, concreto e determinato; lei, dinamica e creativa. Lo Yin e lo Yang dell'azienda vinicola di Peschiera del Garda Zenato sono proprio loro: Alberto e Nadia, i due fratelli che hanno ereditato dal papà Sergio non solo l'azienda, fondata negli anni Sessanta, ma anche una grande passione e riconoscenza per il vino. L'anima e il cuore di Zenato, che esporta i propri vini in 60 Paesi al mondo, risiedono nelle antiche terre moreniche del Lugana e della Valpolicella, luoghi dal clima mite e di impareggiabile fascino che si affacciano sulla sponda veneta del Lago di Garda. La loro è una perfetta divisione dei compiti: Alberto si occupa della produzione e della commercializzazione nel mercato europeo e canadese; Nadia invece di strategia e rete commerciale e di marketing e comunicazione.

Abbiamo chiesto a loro, che ci concedono un'intervista doppia, di raccontarci come è nata la passione per il vino e cosa vogliono trasmettere con i propri prodotti e abbiamo scoperto che, oltre al vino, c'è di più...

Come è nata la vostra azienda?

Tutto è nato negli anni Sessanta quando nostro padre Sergio ha voluto scommettere su un vitigno autoctono dalle grandi potenzialità, il Trebbiano di Lugana, trasformandolo in un grande bianco e dandogli quella dignità che ha portato poi al riconoscimento di una DOC: il Lugana, appunto.

Pubblicazione: WineMeridian.com

Luogo: web

Data: 3 marzo 2016

La storia di Zenato non è legata solo al Lugana, ma anche ai grandi vini rossi della Valpolicella. Nella tenuta Costalunga, dove vengono coltivate le varietà Corvina, Rondinella e Oseleta, nostro padre ha continuato nella sua opera di sperimentazione, dando nuova vita ad un vino di grande tradizione e notorietà, l'Amarone, ma anche riscoprendo un metodo antico della Valpolicella, il Ripasso, con cui creare un grande vino. Con pari determinazione ed entusiasmo, oggi noi ci dedichiamo a consolidare e ampliare qualità, etichette e mercati. Oggi la nostra azienda è conosciuta ed apprezzata in oltre 65 paesi nel mondo.

Qual è la filosofia che sta dietro ai vostri vini?

Il rispetto del territorio e l'impegno ad esaltarne le peculiarità, in una ricerca di equilibrio tra tradizione e territorialità da una parte e innovazione dall'altra: da sempre il nostro modo di fare vino. Per noi la nostra azienda è passione e cura, emozione e qualità.

Perché fa questo lavoro? Come è nata la passione per il vino?

Alberto: Sono nato e cresciuto tra questi vigneti, l'amore per questo mondo è nel mio DNA! Sin da quando ero piccolo, mio padre ha cercato di trasmettermi l'amore per questo lavoro e devo anche a lui e ai suoi insegnamenti la grande passione che mi lega alla vigna...dal canto mio come padre spero di riuscire a trasmettere questo a mio figlio Alessandro.

Nadia: Fin da bambina sentivo il profumo del vino, giocavo in mezzo ai vigneti, per me è stato naturale essere parte dell'azienda di famiglia e portarla avanti. Ma forse avrei fatto questo lavoro indipendentemente dalla mia origine, è talmente parte di me...

Che limiti/risorse trova in questo lavoro?

A.: questo è un lavoro totalizzante e sicuramente non è sempre facile trovare il tempo da dedicare alla famiglia, ma è anche un lavoro stimolante e pieno di gratificazioni.

N.: ogni giorno è una sfida per fare sempre meglio e raggiungere gli obiettivi che mi prefiggo.

Che altro lavoro avrebbe fatto se non questo?

A.: se non avessi seguito le orme di mio padre probabilmente avrei fatto il commentatore sportivo, data la mia grande passione per il calcio.

N.: da sempre le mie grandi passioni sono moda e accessori. E non vi ho rinunciato! Ho creato una mia collezione di gioielli ispirati al mondo del vino, Nadia Zenato Jewelry.

Che tipo di attitudine avete verso i mercati internazionali?

A.: L'esportazione ha sempre avuto un ruolo strategico per la nostra azienda, portandoci grandi soddisfazioni in termini di risultati e riconoscimenti. Già agli inizi degli anni Settanta ci siamo rivolti all'estero, prima al mercato europeo, in particolare a Germania, Olanda, Belgio e Inghilterra, e poi americano, che ancora oggi rappresenta quello più importante. Da allora abbiamo continuato ad investire sull'internazionalizzazione, consolidando i mercati storici, come Usa, Canada, Nord Europa, e dedicandoci anche all'apertura di nuovi sviluppi commerciali in Paesi emergenti quali Corea, Brasile, India e Cina.

N.: Da sempre il nostro modo di approcciarci ai Paesi stranieri è stato quello di lavorare in team con i nostri importatori, consolidando un rapporto che non è solo professionale ma anche di fiducia e stima reciproca, per trasferire al consumatore finale la nostra storia, la cultura, le tradizioni del nostro paese e i valori che stanno dietro alle nostre etichette.