



Il buon vino di Romagna

L'azienda agricola Poderi delle Rocche, nata 15 anni fa tra Imola e Dozza, ha puntato sulla qualità, coniugando attaccamento alla terra e spirito commerciale e innovativo

di **Alessandro Pavanati**

L'azienda agricola Poderi delle Rocche è nata 15 anni fa dalla sinergia fra Paolo Monari e i soci E. Tamburini e R. Baroncini. «Eravamo tre imprenditori agricoli con i nostri tre poderi, due a Imola e uno a Dozza», racconta Monari. «Capimmo che, se avessimo unito le nostre forze, saremmo potuti andare oltre le potenzialità di ognuno». Siamo in quella parte di Romagna, sotto l'insegna delle due storiche rocche di Imola e di Dozza al confine con l'Emilia, che unisce l'attaccamento alla terra e ai suoi valori allo spirito commerciale e innovativo. «Oggi come oggi - continua Monari - una produzione di qualità non è sufficiente per affermarsi sul mercato. Per noi è fondamentale la fidelizzazione del consumatore. E siamo proprio noi a dover incontrare la nostra clientela. Uno deve sapere cosa compra e cosa consuma quando si rivolge a noi».

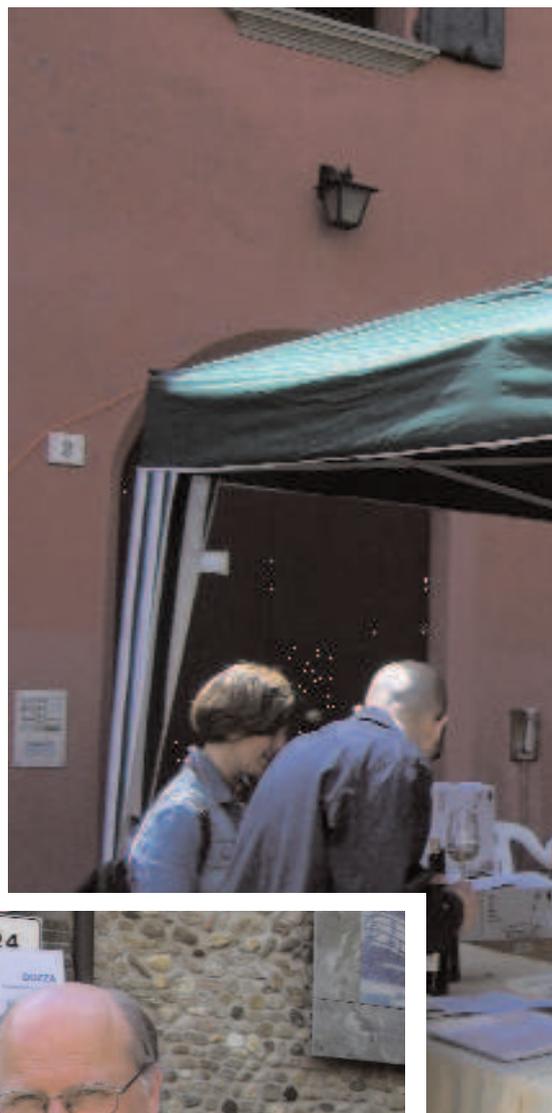
Chi ha partecipato alla Festa del Vino a Dozza il 6 maggio scorso ha potuto ben rendersi conto di come quelli di Poderi delle Rocche concepiscano il rapporto col cliente: ogni visitatore è stato protagonista di una degustazione guidata e corredata da ampie spiegazioni circa la produzione enologica. «Noi ci mettiamo in gioco. Devono essere gli altri a dirci se il nostro vino è buono». Per questo, Paolo Monari e quelli della sua azienda partecipano a numerose manifestazioni. «Abbiamo anche vinto numerosi premi», dichiara l'imprenditore. «Un produttore non deve aver paura di partecipare alle competizioni

ni: non importa tanto vincere, quanto rimanere in una fascia di valutazione piuttosto alta. Noi partecipiamo ad almeno 10 gare all'anno, nazionali e internazionali. Fra queste, ci sono anche i cosiddetti concorsi "ciechi", in cui i valutatori non conoscono la provenienza del vino. «Purtroppo gli imprenditori emiliani e romagnoli si portano dietro l'eredità di anni di pro-



duzioni di scarsa qualità. Per questo, i concorsi "ciechi" permettono di essere valutati senza pregiudizi».

Questi agricoltori sono anche stati i precursori del business dell'agriturismo, quando



molti anni fa aprirono a Bologna una trattoria basata sulle loro produzioni. La Trattoria Re di Coppe è infatti adiacente la Cantina Monari, il loro punto vendita bolognese, in via Scandellara. Qui si svolgono



■ Sopra, uno stand di degustazione dei vini della Cantina Poderi delle Rocche; a sinistra, Paolo Monari

numerose serate di degustazione (per informazioni: 051513135), momenti in cui Paolo Monari incontra gli appassionati del vino. Il Cabernet Sauvignon di Poderi delle Rocche ha vinto, tra l'altro, il prestigioso premio internazionale "Selezione del Sindaco" ad Alba. «Se abbiamo vinto in Piemonte con il Cabernet Sauvignon, non c'è motivo per cui non dobbiamo vincere l'edizione di fine maggio in Sicilia, con il nostro passito di Albana». L'isola è infatti la patria del passito. Ma bando al timore di farsi giudicare... «È il sesto anno che gareggiamo e abbiamo sempre vinto... Con il Pignoletto, il Cabernet Sauvignon, il Sangiovese Supe-

riore barricato, con l'Albana secco...».

Paolo Monari è legato da una lunga amicizia alla Cdo Agroalimentare e con la sua azienda partecipa a numerosi momenti di confronto, «soprattutto per insegnare ai giovani che intraprendono la professione di agricoltore l'importanza di mettersi insieme. Da soli non si possono affrontare i costi e gli oneri fisici legati alla produzione e alla commercializzazione. Noi ci siamo riusciti perché ci siamo uniti».

Cosa insegna quindi la sua esperienza? «Che il cliente si sta evolvendo molto. E noi, come azienda, dobbiamo cercare di intercettare quei consumatori che sono alla

ricerca di un prodotto di qualità. Organizziamo almeno una quarantina di serate di degustazione all'anno, in cui abbiniamo prodotti alimentari di aziende locali ai nostri vini. Spieghiamo ai nostri ospiti tutte le caratteristiche del processo produttivo del vino. Continuando a cercare una clientela sempre più qualificata, miglioreremo di molto la qualità dei nostri prodotti col passare del tempo. Vent'anni fa non si poteva quasi parlare di qualità: il cliente sceglieva solo in base al prezzo. Oggi non è più così: la gente vuole bere meno, ma bere bene. Da 15 anni ci siamo uniti in questa realtà aziendale e

ognuno di noi, a seconda delle proprie inclinazioni, segue un settore specifico: io seguo la commercializzazione, gli altri soci la produzione e la parte relativa alla cantina. Per produrre, ci sono tecniche nuove: bisogna conoscerle e avere tempo per aggiornarsi. Così chi commercia deve conoscere tutte le normative, aprire punti vendita eccetera. Il singolo agricoltore non può fare tutto questo da solo». E così, l'unione ha permesso ai tre soci di vincere premi anche all'estero, come in Ungheria, con il Cabernet Sauvignon Mastio Rosso. «Abbiamo iniziato a vincere dopo due anni dalla nostra unione. Per noi, inoltre, è fondamentale partecipare a concorsi che vedano anche i consumatori nella giuria». ■