

Azienda agricola “Marcato”

PREMESSA

Il modello di business

Il core business dell’azienda Marcato è la produzione di vini provenienti da 3 aree DOC ubicate tra la provincia di Vicenza e la provincia di Verona: Lessini Durello, Colli Berici e Soave. La gamma proposta è piuttosto ampia (vini rossi, vini bianchi, spumanti a metodo charmat, spumanti a metodo classico, vini passiti) ma il prodotto che maggiormente caratterizza l’azienda è lo spumante Durello DOC. Negli anni ‘70 uno dei titolari dell’azienda, appassionato di spumante francese, ha introdotto per la prima volta nella zona la produzione di spumante con metodo classico, constatando che i risultati migliori erano ottenuti dalla vinificazione del vitigno autoctono Durella, anziché del più diffuso Garganega. Perseverando con questa produzione innovativa, pur con alterne fortune¹, l’azienda ha avuto la possibilità di porsi in una posizione di leadership all’interno della nuova DOC Lessini Durello creata nel 1990.

L’azienda

Nome	Azienda Marcato s.r.l.
Localizzazione	Via Prandi 10 - Roncà (VR)
Prodotti	vini DOC Lessini Durello, Colli Berici e Soave
Produzione annuale	400.000 bottiglie (2009), previste 550.000 bottiglie per il 2013
Dipendenti	8 fissi + 2 stagionali
Sito web	www.marcatovini.it
Elementi innovativi	La prima azienda a produrre lo spumante Durello con metodo classico Consorzio di aziende per la vendita negli Usa direttamente a ristoranti ed enoteche

La storia dell’azienda inizia più di un secolo fa, alla fine dell’800, quando il capostipite Francesco Marcato acquistò i primi 5 campi veronesi a Roncà trasferendosi dalla vicina Montecchia di Corsara, dove era nato. Il figlio Giuseppe raccolse dal padre la passione per la vite e negli anni quaranta del nuovo secolo iniziò a produrre e vinificare vendendo alle osterie delle province di Verona e Vicenza e, successivamente, commercializzando in proprio. La generazione successiva diede nuovo impulso all’azienda con l’acquisto a cavallo tra gli anni cinquanta e sessanta di ulteriori vigneti di Garganega, Trebbiana e Durella per una superficie complessiva di oltre dieci ettari. Sul finire degli anni sessanta l’azienda iniziò a imbottigliare. Nel 1991 Giovanni, Lino e Francesco, attuali titolari dell’azienda, incrementarono i terreni scegliendo altri appezzamenti dei Comuni Berici di Grancona, Sarego e Brendola. L’anno successivo iniziò l’estirpazione e il reimpianto di parte dei quaranta ettari acquistati, trenta dei quali coltivati a vigneto. Tra il 1993 e il 1995 l’azienda Marcato è entrata nella zona Classica del Soave acquisendo terreni sul crinale che separa i Comuni di Monteforte d’Alpone e Soave. Attualmente l’azienda coltiva 60 ettari in proprietà, dei quali 50 a vigneto. A questi vanno sommati 25 ettari di terreni vitati appartenenti a coltivatori locali che lavorano per l’azienda. Nel 2009 sono state prodotte 400.000 bottiglie e si prevede di raggiungere le 550.000 bottiglie nel 2013. Il fatturato annuo è di 1,5 milioni di euro (nel 2001 era pari a 1 milione di euro).

¹ Negli anni novanta lo spumante è entrato in crisi, subendo la concorrenza dei vini barricati più corposi. La produzione di spumante dell’azienda Marcato è stata pertanto ridotta da 100.000 bottiglie a 20.000. Negli ultimi anni, tuttavia, vi è stata una forte ripresa nelle vendite di vini spumanti, considerando che dal 2005 al 2009 si è osservato un aumento del 60% in valore delle esportazioni dal Veneto di vini spumanti, trainato dal notevole successo del Prosecco.

La leadership

LE SFIDE DEL MERCATO

L'azienda Marcato ha iniziato a esportare vini dal 1990, fino al 2000 in Germania e Svizzera, successivamente anche verso altre destinazioni, principalmente Paesi scandinavi, Stati Uniti e Asia. Il 55% della produzione aziendale viene venduta in Italia, il restante 45% all'estero, ma la quota esportata è in costante crescita. In particolare stanno aumentando le vendite di spumante Durello in modo più che proporzionale rispetto agli altri vini aziendali marchiati Soave e Colli Berici. Rinomati ristoranti di New York, Los Angeles e Chicago propongono il Durello come vino al bicchiere. I canali di vendita utilizzati dall'azienda sono esclusivamente l'ho.re.ca. in Italia, mentre all'estero (USA e Giappone) oltre all'ho.re.ca si vende tramite la GDO specializzata, ossia wine shop all'ingrosso in grado di proporre un elevato numero di etichette.

L'azienda si è consorziata con altre 15 case vinicole italiane allo scopo di creare una struttura con la quale esportare e distribuire i vini negli USA in proprio, ossia senza ricorrere a intermediari locali, stabilendo un canale diretto produttori-ristoratori/negozianti. Questo consente di saltare alcuni segmenti della filiera, recuperare valore aggiunto, capire meglio il mercato e di conseguenza adattarsi più velocemente alle sue dinamiche. Nel 2009 è stato pertanto costituito il Consorzio "VEDI" (Vintners Estates Direct Importing) che raggruppa aziende di varie regioni d'Italia ed è complessivamente in grado di proporre ai ristoratori una carta dei vini completa e di qualità.

Durante la crisi economica del 2009 l'azienda non ha abbassato i listini, anzi sono stati aumentati, tenendo presente che comunque si partiva da un livello di prezzo abbastanza basso. La crisi si è sentita soprattutto in Italia, in cui le vendite sono calate del 5%, ma tale flessione è stata compensata da un aumento delle esportazioni. Inoltre la crisi ha colpito di più i vini di fascia di prezzo elevata, mentre l'azienda è in grado di offrire un prodotto con un buon rapporto qualità/prezzo (il prezzo medio della bottiglia è di 3,9 euro). Nei primi 4 mesi del 2010 è stato osservato un aumento del fatturato pari al 25% rispetto allo stesso periodo del 2009 e in questo risultato il Durello ha pesato per circa il 40%.

La promozione dei prodotti aziendali avviene principalmente attraverso la partecipazione a Fiere in Italia e all'estero e l'organizzazione di serate di degustazione. In azienda esiste un punto vendita con annessa sala degustazione e ospitalità a comitive di enoturisti.

L'impegno per la qualità

Nel panorama dei vini spumanti italiani il Durello si colloca tra altri due prodotti che negli ultimi anni hanno registrato importanti successi: il Franciacorta e il Prosecco. Mentre il Franciacorta si propone come una sorta di versione italiana dei più blasonati spumanti francesi, prodotto in quantità relativamente contenute e posizionato su una fascia di prezzo più elevata, il Prosecco viene coltivato su un'area piuttosto vasta ed è in grado di produrre elevate quantità facilmente standardizzabili a un prezzo concorrenziale. Rispetto a questi due prodotti il Durello sta cercando una sua collocazione originale di prodotto di nicchia (attualmente vi sono solo 350 ettari di vitigno Durella) con caratteristiche peculiari che devono essere esaltate e un forte impegno per il miglioramento continuo della qualità, alla quale agganciare una remunerazione sempre più elevata. Il Durello è un prodotto molto caratteristico, difficile da confondere con altri spumanti italiani a metodo classico, con potenzialità di stagionamento a 5, 8 e 10 anni che fino a ieri solo gli spumanti francesi potevano vantare. La viticoltura veronese ha sempre avuto una tradizione per i vini rossi o per i bianchi tranquilli. Ora con il Durello anche Verona può proporre uno spumante di qualità, originale e autoctono. A livello aziendale la produzione è stata migliorata affinando le tecniche di coltivazione e trasformazione ed elevando la qualità anche con l'ausilio di collaboratori ed esperti esterni.

Come l'azienda si presenta

Dall'amore e dal rispetto per la terra uniti al controllo di ognuna delle fasi della produzione nascono i prodotti Marcato, azienda a carattere familiare che ha posto le proprie radici in quell'enorme giardino che sono i vigneti della Vallata dell'Alpone e dei Colli Berici. In totale ogni anno sono così raccolti 6000 quintali d'uva per dare origine ai prodotti Doc delle zone Soave Colli Scaligeri, Soave Classico, Monti Lessini Durello e Colli Berici per una produzione che si attesta sui 4000 ettolitri di vino.

Nei vigneti di Roncà, Montecchia di Crosara, Monteforte d'Alpone e Soave si coltivano uve Garganega, Trebbiano di Soave, Durella, Pinot Nero e Chardonnay ed invece sulle colline di Sarego e di Grancona nei Colli Berici le uve rosse Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot e Tocai Rosso.

La vinificazione avviene a Roncà dove l'azienda ha la propria sede con una superficie totale di 7.000 mq adibiti ai vari reparti dalla pigiatura, all'appassitoio, alla fermentazione dei vini rossi e bianchi, spumantizzazione in loco sia con Metodo Charmat che con Metodo Classico negli appositi locali sotterranei per lo stoccaggio; ed ancora bottaia condizionata, sala imbottigliamento e magazzino stoccaggio vini in bottiglia.

La vendita, seguita direttamente sia all'Estero che in Italia tramite agenti, importatori e distributori, è rivolta solo al canale Horeca, cioè ristoranti, osterie ed enoteche, oltre che al privato. Questo per ottenere attraverso una distribuzione mirata il giusto prestigio ed originalità a cui aspirano i vini prodotti.

E' un altro elemento, se vogliamo, di quel filo rosso che lega insieme ogni singola scelta: costante attenzione alla campagna, alle uve e alla cantina, sull'onda della filosofia che vuole un buon vino nascere proprio da una buona terra.

Un'escursione tra i vigneti come una visita in cantina sono il modo migliore per comprendere ed apprezzare la filosofia che guida ogni passo della produzione dei vini della Azienda agricola Marcato.

testo tratto dal sito: www.marcatovini.it

La cultura aziendale e la formazione

In azienda sono occupati 8 dipendenti fissi e 2 stagionali, oltre agli avventizi per le operazioni di vendemmia. I dipendenti sono così distribuiti: 3 in amministrazione, 2 in campagna + 1 agronomo stagionale e 3 in cantina + 1 enologo consulente appositamente incaricato per aumentare la qualità e la stabilità del prodotto. Gli amministrativi seguono dei corsi di aggiornamento sulle novità burocratiche. Titolari dell'azienda sono Enrico Marcato (31 anni, laureato in viticoltura), il fratello Andrea (34, enologo), il padre (64) e lo zio Giovanni.

L'azienda è dotata di un sistema informatizzato di tracciabilità interna con il quale è possibile risalire dalla bottiglia di vino alla parcella da cui è stata raccolta l'uva. Il controllo di gestione è realizzato tramite l'utilizzo di un software per la contabilità bilancio e la gestione dei costi.

La filiera e le reti di impresa

Oltre al già citato Consorzio VEDI, l'azienda è associata all'ANIMA, l'Associazione Nazionale Italiana Metodo classico Autoctono, una sede importante di confronto con altri produttori di spumanti tipici italiani.

Il rapporto con il territorio viene considerato fondamentale, anche se problematico: a detta del titolare intervistato il dialogo con i 12 produttori del territorio appare difficile. Si è cercato di fissare un prezzo di base, di definire degli standard qualitativi, di semplificare la denominazione valorizzando lo spumante Durello DOC, ma non è stato trovato pieno consenso su tali obiettivi. In questa situazione, con la denominazione che stenta ancora a crescere, si punta di più sul marchio aziendale.