



Tenuta Corte di Tregoniano
ISABELLA MOTTURA

Convegno

Donne e Agricoltura
UNA SFIDA POSSIBILE

REGIONE LAZIO, ARSIAL
8 marzo 2007 – Casa del Jazz, Roma

Intervento di

Isabella Mottura

Tenuta Corte di Tregoniano

Presidente dell'Enoteca Provinciale della Tuscia viterbese

Produrre vini d'eccellenza nell'Alto Lazio: le mie esperienze dal progetto “Una nuova generazione di vini della Tuscia” della Tenuta Corte di Tregoniano

Mi chiamo Isabella Mottura, ho 36 anni e sono la responsabile della Tenuta “Corte di Tregoniano”. E' una Tenuta che si estende su una superficie di circa 120 ettari nella Tuscia viterbese, un territorio dell'Alto Lazio incastonato tra l'Umbria, la Toscana e il mar Tirreno; la nostra terra, in particolare, si trova nella valle del Tevere – quindi nella Tuscia orientale – uno delle zone italiane a più alta vocazione vinicola.

La Tenuta, di proprietà di mio padre Giorgio Mottura, nasce nel 1997, con l'avvio di un progetto vitivinicolo altamente innovativo, che ho messo a punto insieme alla mia famiglia e che abbiamo denominato *Una nuova generazione di vini della Tuscia*.

A dirla tutta è da 15 anni che lavoro nell'agricoltura, dato che la Tenuta è parte di un possedimento di circa 400 ettari che fin dal 1933 appartiene alla famiglia Mottura. L'agricoltura è una mia grande passione, che neanche comode offerte di lavoro “cittadino” – che mi sono arrivate dopo essermi laureata in Scienze Politiche nell'Università di Roma – hanno mai sopito. All'inizio, dal 1993, seguivo le colture agricole tradizionali – mais, grano duro, girasole, colza –, un impegno che mi ha insegnato a orientarmi tra lo scandirsi delle precise fasi del lavoro nei campi e l'evolversi di stagioni climatiche spesso imprevedibili. Un insegnamento che mi è stato poi molto utile quando, nel 1997, abbiamo deciso di avviare il progetto *Una nuova generazione di vini della Tuscia*.

E' un progetto che nasce con l'obiettivo di creare una “boutique” di vini d'eccellenza – nello stile delle produzioni di nicchia e di alta qualità tipiche dei nostri cugini d'oltralpe (qualche volta un po' anticipati ma indubbiamente bravi in questo settore) – da offrire al mercato come specchio del territorio di origine.

Un territorio, quello della Tuscia viterbese, tanto ricco di specificità, tradizioni, storia e cultura vitivinicola quanto ancora privo di una identità propria nel mercato del vino nazionale e internazionale. Un “deficit” d'interesse che, da imprenditori, abbiamo voluto interpretare come una grande opportunità.



Tenuta Corte di Tregoniano

ISABELLA MOTTURA

I quattro punti cardinali sui quali si è basato il nostro progetto sono:

1. produrre vini che nascono dalla vigna, prima e indispensabile fonte di qualità;
2. produrre vini con tecniche attente non solo alla normativa ambientale ma soprattutto alla conservazione e al miglioramento del territorio;
3. produrre vini con lo stile dell' "artigiano" ma utilizzando le più avanzate tecnologie di vinificazione;
4. produrre i migliori vini possibile al minor costo possibile, gestendo e controllando direttamente tutte le fasi di produzione.

Abbiamo iniziato gli investimenti – tutti finanziati direttamente dalla famiglia – nel 1997 con la realizzazione di un nuovo impianto di 12 ettari di vigneti di uva rossa, sia autoctona che internazionale, adottando le più moderne tecniche colturali; nel 2001 è stata avviata la ristrutturazione della cantina della Tenuta; nel 2003 è partita la produzione; il 2005 è stata la prima annata della nuova generazione di vini.

Oggi, nella nostra cantina, produciamo tre etichette rosse che proponiamo al mercato con nomi di rose, dedicati a una grande passione di mio padre che, nel giardino di casa, ne coltiva oltre 300 varietà.

Abbiamo, in particolare:

- un vino riserva che si chiama Amadis, da uve Montepulciano, che richiede 12 mesi di maturazione in barriques nuove e non meno di 12 mesi di maturazione in bottiglia;
- un vino un po' meno strutturato che richiede tempi di maturazione in bottiglia non inferiore a 12 mesi che si chiama Akemi, da uve Merlot e Sangiovese;
- e un vino definito fresco e di facile consumo, orientato ad una fascia di mercato medio bassa, che si chiama Siren, prodotto con una selezione di uve Sangiovese e Cabernet Sauvignon.

Devo dire che i risultati raggiunti nelle prime due annate sono stati di grande soddisfazione:

- Amadis, nel giudizio di Luca Maroni 2007, è il 2° vino del Lazio e il 2° in Italia per tipo di vitigno;
- Akemi, nel giudizio dell'Espresso 2006, è classificato tra i migliori acquisti della Regione Lazio;
- Siren, nel giudizio di D'Agata e Camparini 2007, è uno dei dieci vini italiani con il miglior rapporto qualità/prezzo.

Oggi produciamo circa 30.000 bottiglie e abbiamo un potenziale produttivo, già disponibile in termini di vigna e di infrastruttura di cantina, fino a 150.000 bottiglie. Ma siamo molto prudenti rispetto all'aumento produttivo, data la particolare fase congiunturale che il mercato del vino sta attraversando – anche figlia della spericolata e dannosa speculazione degli anni a cavallo del 2000 – e considerati i tempi richiesti dall'importante sfida "vino-territorio".

Ma continuiamo a lavorare su questa via con tutte le nostre forze. L'idea guida del nostro progetto – valorizzare i vini promuovendo il territorio di origine, con la sua storia e le sue tradizioni – ci ha infatti spinto a impegnarci anche in ambiti "istituzionali": io nel ruolo di Presidente dell'Enoteca Provinciale della Tuscia viterbese, mio padre da Presidente della Strada del vino della Teverina.

E alle ricchezze e al patrimonio vitivinicolo del territorio della Tuscia ho di recente dedicato un libro, *VINIinTUSCIA. Un percorso guidato ai vini della Tuscia*, pubblicato nel 2006 da una piccola casa editrice della Tuscia, la Annulli Editori di Latera, che mi sta dando grandi soddisfazioni.



Tenuta Corte di Tregoniano

ISABELLA MOTTURA

Si tratta di impegni importanti, che si aggiungono al grande lavoro che il “fare vino” richiede; un “mosaico” di impegni che, d’altra parte, ritengo sia indispensabile per costruire la forza commerciale che i nostri vini e il nostro generoso territorio meritano; e, vi posso testimoniare, è proprio questo l’anello ancora molto debole di tutta la nostra filiera produttiva.

Abbiamo sempre pensato, e continuo a pensarlo, che il vino non sia un prodotto come gli altri. E’ lo specchio del suo territorio sia dal punto di vista “tecnico” – alcuni dicono che ne è la sua miglior sintesi – che dal punto di vista commerciale; e più forti sono le immagini e le sensazioni che il territorio riesce a evocare nel consumatore – sia esso finale o intermedio – maggiore è la capacità di penetrazione dei nostri prodotti nel mercato.

A me il vino piace farlo; pensavo che venderlo non fosse mio compito ma posso testimoniare che è proprio l’azione di vendita che mi sta impegnando moltissimo. E’ come se il fattore “produttore” serva, nella vendita, a sopperire spesso il “fattore territorio” che, in molti casi, è ancora interpretato più come un vincolo che non come un’opportunità. Ed è forse questa, penso, una tra le cause principali che ha determinato la chiusura di alcune nostre cantine eccellenti, con ciò provocando un grave danno a tutto il sistema, ancora molto fragile.

Oggi, insomma, fare vino, anche di alta qualità, significa percorrere solo una parte, necessaria ma sempre meno sufficiente, del lungo tragitto che va dalla vigna al mercato.

Si tratta quindi di rendere i nostri vini più forti e riconoscibili sul mercato e gli strumenti a disposizione sono tanti. Ne elenco sono alcuni: costruire una identità e un orgoglio vitivinicolo del territorio creando un brand “Tuscia” con strategie di marketing mirate; promuovere incontri periodici tra produttori e rete dei distributori-consumatori; riqualificare una forza di vendita che si presenta spesso disarmata di fronte a un mercato sempre più preparato e agguerrito; sviluppare nuovi canali e nuovi servizi di commercializzazione dei vini.

In ogni caso, si tratta di un obiettivo che si può raggiungere solo “facendo sistema”, mettendo insieme produttori, enti locali, organismi territoriali, università, operatori specializzati, consumatori e distributori (nazionali e internazionali), sotto una cabina di regia forte e decisa.

So bene quanto impegno ciò richieda, ma so anche che se vogliamo costruire il nostro futuro di crescita dovrà essere così.

Infatti, se noi produttori della Tuscia vogliamo tutelare le nostre dimensioni e il patrimonio delle nostre “diversità” e, al tempo stesso, porre basi solide per il nostro futuro, non potremo mai sostenere, da soli, quei costi che sono necessari per far conoscere, apprezzare e promuovere i nostri vini e il nostro splendido territorio in Italia e nel mondo.