
Prosecco ad alcool zero per i musulmani

Autore: Paolo e Lina De Maina

Fonte: Città Nuova

Un'azienda vinicola dell'alto trevigiano lancia "Zerotondo", un succo d'uva col marchio "halal", per la conformità degli alimenti ai precetti del Corano. Intervista all'imprenditore

L'idea è sbocciata da un'amicizia, dalla capacità di saper cogliere l'attimo, ma anche l'innovazione e la fantasia che possono nascere da un incontro, magari arrivando a proporre qualcosa che nessuno aveva osato prima. Ci troviamo nella Marca trevigiana, in quella valle sacra votata da secoli al dio Bacco e a un suo prodotto d'eccezione: il prosecco. Da queste parti, nel Consorzio Valdobbiadene Conegliano, rispetto agli altri prosecchi vi è una G in più – e non è da poco –, qui il prosecco è a denominazione di origine controllata e *garantita*.

Chiediamo allora a Paolo Polegato, che con il fratello Giorgio sono produttori storici di Refrontolo (Treviso), che cosa hanno deciso di proporre...

«Tutto è nato per l'amicizia con Abdullah, originario del Marocco, che abita a Treviso e ha un circolo culturale e un ristorante arabo. Con lui è nata l'idea di una serie di incontri serali per far conoscere ai suoi amici del mondo maghrebino, e arabo in generale, i nostri prodotti, con la partecipazione di enologi e *sommelier* che spiegavano le varie fasi di coltivazione e produzione, nonché una maggiore conoscenza del nostro territorio, per concludere con una degustazione finale. Era nelle nostre intenzioni proporre un modo di conoscersi e integrarsi maggiormente nella vita e nella cultura dell'altro. Ovviamente al momento di alzare i calici, i partecipanti, che erano anche parecchi, sono rimasti fermi e nessuno ha bevuto! Questo sicuramente per ragioni culturali e religiose legate all'alcolicità del prodotto. E allora c'è venuta l'idea di realizzare un succo d'uva spumante biologico corredato del marchio "halal", cioè la certificazione che assicura la conformità degli alimenti rispetto ai precetti del Corano. Il prodotto è realizzato e immesso sul mercato dalla nostra azienda, l'Astoria Vini, con l'etichetta "Zerotondo". Le prime 15 mila bottiglie sono in distribuzione e l'obiettivo aziendale è arrivare a 100 mila bottiglie nel primo anno».

Possiamo dire che l'attenzione alla persona, prima che al cliente, sia la caratteristica di questa iniziativa?

«La nostra esperienza ha una forte attenzione all'aspetto culturale, e quindi alla persona e alle persone nella loro generalità. Partecipiamo da anni a tante iniziative come quella che si svolge nella zona del Montello, "Ritmi e danze del mondo", che attrae migliaia di persone provenienti da zone diverse e, in particolare, dall'Africa. Se posso essere sincero, l'operazione di "Zerotondo" nasce più da una sensibilità culturale che da grandi aspettative di mercato».

Ci sembra di aver compreso che per questo prodotto non abbiate scelto materie prime qualunque...

«Come dicevo abbiamo scelto uve a bacca bianca da viticoltura biologica, cosa non semplice, e chi produce vino lo sa, dando forte attenzione alla bontà del prodotto e ad una scelta anche salutista. La produzione del vino avviene tramite tecnologie avanzate che lavorano il mosto con una pressatura soffice. Dopo una breve macerazione si conserva il prodotto in appositi serbatoi refrigerati per evitare il processo di fermentazione, attraverso il quale il succo d'uva diventerebbe alcolico».

Lei rimane comunque un imprenditore e quindi anche i bilanci contano. Quale prospettiva apre questo nuovo ramo d'attività?

«Siamo appena usciti col nuovo prodotto e quindi i tempi sono troppo stretti per capire. Abbiamo avuto già contatti con il mondo arabo e con Paesi ad elevata presenza islamica, come Malesia, Ghana e Nigeria, per dirne qualcuno. A livello mediatico sicuramente abbiamo avuto un grande ritorno di immagine aziendale, perché siamo stati subissati da interviste e da passaggi televisivi, e devo dire che la soddisfazione è ancor maggiore perché siamo in un territorio che spesso è passato alle cronache per una certa intolleranza verso chi non la pensa e vive come noi».

Pensate di indirizzare il prodotto solo nel mondo arabo-islamico?

«No. Abbiamo lanciato la sfida alla nostra rete vendite di dirigersi verso quello che noi produttori chiamiamo canale Ho.Re.Ca - Alberghi, bar, ristoranti, enoteche, perché il prodotto possa trovare mercato e perché abbiamo lanciato anche un'altra idea parallela. È quella del "Tondospritz", dove il nostro spumante "Zerotondo" viene miscelato con un Bitter concentrato analcolico o con cocktail di frutta, realizzando un delizioso spritz completamente analcolico, che è un aiuto a quei giovani che non vogliono rinunciare al rito dell'aperitivo, magari col gusto dello spumante, ma senza i rischi che tutti ben conosciamo».

Ci troviamo in un territorio sacro per il prosecco. Immaginiamo che gli sguardi dei vostri colleghi non siano stati sempre benevoli...

«È stata una scelta senz'altro rivoluzionaria. Ci troviamo nell'alto trevigiano, in un'area a forte valenza tradizionale. Noi che siamo spumantisti, produttori innanzitutto di vini prosecco, non vogliamo venire meno alla tradizione che ci ha sempre contraddistinto. Comunque la nostra scelta non ha risparmiato commenti abbastanza ironici».

Ci sono nuovi progetti nel cassetto?

«Io ho un difetto: non riesco a rimanere mai fermo. Anche in precedenza avevo avuto l'idea di uno spumante a bassa gradazione – 9.5 – che ha avuto un discreto successo. Ma adesso, forse anche per desiderio degli altri miei compagni di cordata, rimarrò un po' "a riposo"».