

PANORAMA

SCENARI ECONOMIA

CAMPIONI D'ITALIA (www.panorama.it/campioniditalia)

Un brindisi globale con il mio prosecco

Giancarlo Aneri porta le sue bottiglie sulle tavole che contano in tutto il mondo. E ora fa rotta sulla Cina.

Il mago delle bollicine si definisce un artigiano, e sorridendo ammette di dover quasi tutto «al palato e alla raffinatezza delle donne, che hanno fatto diventare il prosecco uno dei vini più amati al mondo». Giancarlo Aneri da Legnago (Verona), con le sue etichette è andato più lontano di quanto lui stesso pensasse: e l'ha fatto con la pragmaticità di un veneto doc, che si è conquistato il mercato facendo «innumerevoli volte il giro del mondo, e sempre con la valigia piena di bottiglie». Con una produzione annuale di 300 mila bottiglie di prosecco (con uve prodotte in provincia di Treviso, nelle aziende agricole di Valdobbiadene, Susegana e Conegliano), 10 mila di Amarone (con vitigni della Valpolicella) e 40 mila fra Pinot nero, Pinot bianco e Gewurztraminer (con uve dell'Alto Adige), Aneri è un fuoriclasse di nicchia capace però di rendere accessibile i suoi prodotti anche ai clienti Esselunga («Per me è la catena di grande distribuzione più prestigiosa d'Europa», dice).

Le sue bottiglie sono sempre là dove c'è la gente che conta davvero: sul tavolo del ristorante La Spiaggia di Chicago, dove Barack Obama e moglie hanno festeggiato la prima elezione a presidente, alle Isole Borromee per il matrimonio di John Elkann, al Cipriani di Venezia nella suite di George Clooney e Amal Alamuddin, sulle tavole della regina Elisabetta e di Gordon Ramsay. «Ma anche al G8 dell'Aquila» spiega Aneri «alla firma della Costituzione europea a Roma e sull'aereo di Vladimir Putin, quando l'allora premier Silvio Berlusconi gli regalò sei magnum del mio Amarone».

Grandi soddisfazioni e grande crescita, per un'azienda che esporta il 50 per cento della produzione e il cui



Da sinistra: Giancarlo, Leda, Stella e Alessandro Aneri.

presidente cerca sempre la sfida, «perché più è ardua, più è bello vincere» spiega. «E quando ho visto che al ristorante Le Stresa di Parigi hanno smesso di servire champagne e hanno iniziato a far gustare il mio prosecco, mi sono sentito orgoglioso come italiano. Un italiano che non si sente da meno rispetto ai grandi maestri delle bollicine». E se in poco più di vent'anni di attività la Aneri ha saputo conquistare il mercato americano (60 mila bottiglie) così come quello russo, è il momento di provare a far bere il prosecco ai cinesi, perché «il mercato cinese ha enormi potenzialità, e anche se è difficile sfondare non per questo la Aneri si tirerà indietro: il made in Italy può conquistare tutti».

(Maddalena Bonaccorso)