

Premio Felix a Umani Ronchi «Identità locale nel bicchiere»

L'ad Bernetti: la conduzione bio interessa tutta l'area agricola

L'INTERVISTA

Per il secondo anno consecutivo la cantina Umani Ronchi rientra tra le 79 aziende premiate con il Premio Industria Felix. Riservato alle società di capitali con ricavi superiori ai 2 milioni di euro nel Centro e nelle Isole, il riconoscimento individua le imprese più performanti per redditività, solidità finanziaria, utile netto e crescita occupazionale.

Michele Bernetti, ad di Umani Ronchi: a cosa attribuisce questo risultato?

«È una questione di visione di lungo periodo. I risultati nascono da una costruzione pluriennale».

Con quali misure?

«Una scelta fondamentale è stata investire con una prospettiva che va oltre la mera ottimizzazione dei costi. Abbiamo puntato molto sulla struttura produttiva, sia nell'area agricola, migliorandone produttività e qualità, che nella cantina, ammodernando continuamente spazi ed attrezzature. La combinazione di questi inve-



Michele Bernetti, Umani Ronchi

stimenti tecnici con la qualità del fattore umano ha fatto da leva esponenziale allo sviluppo di questi anni».

Conta la vostra presenza internazionale?

«Sicuramente. Abbiamo diversificato i mercati, così che le difficoltà in alcuni Paesi sono state compensate da performance positive in altri. Questo ci ha permesso di mantenere una crescita costante. Inoltre, l'investimento in Abruzzo di 20 anni fa ha ampliato l'offerta, aumentato la dimensione e l'efficienza produttiva e favorito economie di scala».

La sostenibilità?

«È uno dei capitoli più rilevanti. Siamo stati tra i primi ad adottare il biologico su superfici importanti: oggi la conduzione bio interessa tutta l'azienda agricola. Abbiamo lavorato anche sulla sostenibilità sociale, con una gestione etica e corretta del personale, rispetto dei contratti e valo-

rizzazione delle competenze: un team motivato è più produttivo. Infine, la sostenibilità economica: gli investimenti sono stati pensati in ottica di redditività, non come spesa fine a sé stessa»

Che impatto ha avuto?

«Questo progetto su più piani ha cambiato in profondità l'azienda. Siamo stati tra i primi a certificarci: se non la misuri, la sostenibilità resta solo un racconto. È stato un elemento importante, insieme all'imprenditorialità, alle idee e alla capacità di costruire relazioni».

Quale è l'identità dei vini Umani Ronchi?

«Si fonda su un forte legame con il territorio. Nel bicchiere vogliamo esprimere l'identità locale, senza omologazioni. Le diverse etichette riflettono stili distinti, rispettano vitigno e terroir. Ci viene riconosciuta una forte caratterizzazione di stile e autenticità, lontana dalle mode passeggera e dall'estetica fine a sé stessa».

I prezzi?

«Per noi la prima cosa è difendere il valore del prodotto, ed è la sfida più complessa. Il prezzo non è solo una variabile contrattuale, ma la sintesi di criteri condivisi che valutano l'intera produzione. Sappiamo che in altre regioni è talvolta più facile valorizzare il vino, mentre nelle Marche è più complicato per storia, tradizione, percezione del territorio; senza scoraggiarsi ci siamo sempre impegnati a mantenere questa linea. Compromessi ci sono stati, è inevitabile, ma la coerenza nella difesa del valore è rimasta il nostro punto fermo».

ve. an.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



«CI VIENE RICONOSCIUTA
UNA CARATTERIZZAZIONE
FORTE DI AUTENTICITÀ
LONTANA DALLE MODE»