Marzadro, una storia lunga 60 anni

07-marzadro-trento-frank-italy-tubbox-cf7daaf8

La storia della Distilleria Marzadro sembra un film in bianco e nero, il racconto di un'epoca che appare oramai remota ma che, in realtà, non lo è. Sono gli anni del dopoguerra, in un'Italia nella quale la povertà non lasciava scampo, soprattutto nelle regioni di montagna come il Trentino. Parte proprio in questo difficile contesto la produzione della grappa Marzadro, una storia che va avanti da oltre 60 anni che abbiamo voluto raccogliere e raccontare incontrando Alessandro Marzadro, terza generazione di una famiglia che continua a credere in questo distillato simbolo del nostro Made in Italy.

logo_marzadro_popup**Partiamo dall'inizio. Come nasce la Distilleria Marzadro?**
La storia della Distilleria inizia nel 1949 tra Brancolino e Nogaredo, in provincia di Trento, per volontà di una mia prozia Sabina Marzadro aiutata da mio nonno Attilio. Erano anni difficili, la guerra era finita da poco ma Sabina riuscì a trovare la giusta intuizione. Le vinacce nel nostro territorio di certo non mancavano e allora perché non provare a distillare? In poco tempo la grappa prodotta da Sabina e da mio nonno Attilio prese posto in tutte le osterie diventando la grappa più bevuta del territorio. Oggi, nella sede attuale, inaugurata nel 2005, abbiamo 8 alambicchi in rame che 'lavorano' seguendo il metodo discontinuo a bagnomaria, tipico della regione, accesi da settembre a dicembre e dalla fine di gennaio ad aprile, quando distilliamo le vinacce di Amarone che ci consegnano dalle cantine della vicina Valpolicella.

Chi della famiglia lavora all'interno dell'azienda e con quali ruoli?
Attualmente in azienda lavorano Stefano, Andrea e Anna Marzadro, la seconda generazione, rispettivamente con i ruoli di Amministratore Delegato, produzione e marketing. Da un po' di anni anche Mattia, il sottoscritto, Luca e Stefania Marzadro, tutti della terza generazione, ognuno con un ruolo ben distinto: Mattia è responsabile-area del Nord-Est, io seguo il mercato estero e il marketing mentre, i miei cugini sono rispettivamente impegnati nella produzione e nel back office estero.

Il mercato della Grappa sta vivendo un passaggio epocale. Nuove generazioni si affacciano all'orizzonte con nuove idee e nuove prospettive. Qual è la sua visione?
La grappa ha passato momenti un po' complessi fino al ventennio scorso. Di sicuro siamo in una fase

positiva, una fase di risalita di questo distillato italiano. Il pubblico che si approccia alla grappa sta cambiando, abbiamo una fascia di giovani consumatori che ne stanno scoprendo il valore e, cosa fondamentale, stanno capendo che il nostro distillato ‘made in Italy’ ha tutte le carte in regola per competere con gli altri spirits e diventare una valida alternativa ai distillati internazionali.

Chi è oggi il consumatore di Grappa, quali sono i momenti di consumo e com’è lo stato di salute del comparto?
Il target dei consumatori di grappa va dai 35 ai 65 anni circa. A loro va aggiunta un’altra fascia più giovane che prova e sperimenta la grappa nei cocktail.

Perché i bartender stanno scoprendo solo oggi questo distillato?
A mio parere, fino a pochi anni fa, erano tutti concentrati sulle ricette, magari quelle che hanno segnato un’epoca o reso famoso un cocktail. Oggi invece i bartender hanno capito che, oltre alla base storica, è possibile lavorare con altri distillati tra cui la grappa, prodotto italiano per eccellenza e di lunga tradizione culturale dalle molte potenzialità.

Le Diciotto Lune è il vostro prodotto di punta. Presentiamolo.
L’idea della grappa ‘Le Diciotto Lune’ è nata all’inizio del 2000; un’intuizione importante tanto da diventare il nostro prodotto più richiesto. Si compone di 5 vinacce trentine quali Marzemino, Merlot, Teroldego, Moscato e Chardonnay e affina per 18 mesi in piccole botti di frassino, ciliegio, rovere e robinia che regalano alla grappa un ventaglio incredibile di aromi e profumi.

Marzadro-Anfora**Ha da poco debuttato Anfora, una Grappa che strizza l’occhio all’universo femminile…**
Anfora è l’ultima nata in casa Marzadro ed è stata presentata ufficialmente nell’ultima edizione di Vinitaly. Abbiamo voluto recuperare una tecnica antica come quella dei contenitori di terracotta, per creare un prodotto capace di soddisfare le richieste dei consumatori. Anfora ha il colore chiaro e cristallino della grappa giovane, ma ha anche tutte le qualità di una grappa affinata visto che passa 10 mesi in grosse anfore di 300 litri ciascuna. Questo avviene perché la microossigenazione è doppia rispetto a quella del tradizionale invecchiamento in legno. Sicuramente è un prodotto che piace anche al pubblico femminile.

Avete appena acquisito Madonna delle Vittorie. Una nuova sfida per Marzadro che approccia così un nuovo settore.
Esatto, abbiamo ufficializzato l’acquisto di Madonna delle Vittorie ad aprile scorso. Da tempo volevamo allargare l’offerta dei prodotti a firma Marzadro e abbiamo deciso di comperare questa

azienda agricola ad Arco, a poche centinaia di metri dalle sponde del Lago di Garda. L’azienda produce vino e il pregiato olio extravergine d’oliva Garda Dop, oltre ad avere un ristorante e un agriturismo. Inutile dire che stiamo già lavorando a pieno ritmo per creare una perfetta sinergia con la Distilleria di Nogaredo.

Quali sono gli obiettivi di Marzadro per il futuro?
Gli obiettivi e i progetti per il futuro sono tanti, rivolti sia alla produzione sia al marketing. Le nostre forze sono concentrate nello sviluppare i mercati esteri e, nello stesso tempo, siamo impegnati a consolidare la presenza delle grappe Marzadro in Italia.

(Maria Elena Dipace)

www.marzadro.it