

Piera 1899: la ripartenza è nella ricerca

Eccellenza, identità, esperienza: sono queste le parole che incarnano il lavoro di Piera 1899, cantina con sede a San Quirino, nel cuore del Friuli. Valori che l'hanno portata ad affermarsi tra le prime realtà produttive friulane, con un fatturato consolidato nel 2019 di 14,5 milioni di euro. L'export è pari al 46%, i Paesi dove l'azienda è maggiormente presente sono il Canada, (22%), gli Stati Uniti, (9%), e l'Austria, (8%). In quest'ultimo Paese, con due suoi vini, è una dei leader della categoria.

“Ripartire - spiega Piera Martellozzo, titolare di Piera 1899 - significa innanzitutto continuare a ricercare. Non abbiamo mai smesso, neppure in tempi così difficili. Ci definiamo scoprittori di territori e autori di vini perché selezioniamo i terreni più vocati e le uve migliori per dare vita a vini dal forte carattere identitario, capaci di rappresentare la personalità di chi li produce. In tempi non sospetti abbiamo riscoperto vitigni autoctoni e varietà che rischiavano di andare perdute; siamo stati tra i primi a credere nel biologico, 22 anni fa, e ad adottare



Piera Martellozzo

una politica di sostenibilità ambientale, riconfermata nel 2019 con il lancio della linea Pura Terra. Anche il packaging deve essere ecofriendly: bottiglie più leggere riducono l'impatto ambientale sia in termini di logistica che di smaltimento.

Abbiamo voluto comprendere il territorio e per questo lo abbiamo studiato attraverso una quanto più completa mappatura, valutando le peculiarità del terroir. È nella ricerca dell'assoluta qualità, nella passione per ciò che facciamo, che troviamo la chiave per ripartire con ancor

più forza dopo questa pandemia”.

Passione e senso di appartenenza sono espressi anche nella nuova strategia di comunicazione: il riposizionamento parte dal logo, che da Piera Martellozzo diventa Piera 1899, sottolineando la storia secolare della cantina ed evidenziandone l'anno di fondazione. “Piera 1899 - continua Piera Martellozzo - non è soltanto il nome di chi, oggi, guida la cantina, ma rappresenta un'identità capace di continuare nel tempo, crescendo di generazione in generazione”.