



Il Pignoletto è un vitigno autoctono di antiche e nobili origini, infatti si trova traccia di questo vitigno già ai tempi delle Sante Crociate.

Recenti ricerche genetiche sui vitigni dell'Italia centrale, confermano le origini antiche ma anche nobili del vitigno, che ne attestano l'appartenenza alla famiglia dei Greci da cui risalgono anche altri vitigni nazionali derivati dal ceppo originale introdotto nella Magna Grecia. Nell'ambito della moderna viticoltura ha trovato il suo habitat sulle colline Bolognesi e solo negli ultimi 20-30 anni le zone di produzione si sono allargate nella pianura Modenese attorno al fiume Reno e nell'area di Imola fin verso la Romagna...

Oggi si stimano oltre 1300 ettari di vigneti dei quali circa 1000 nella provincia di Bologna, altri 200 ettari a Modena e 130 verso la Romagna con quasi 2000 aziende che coltivano questo vitigno, quindi ancora molto polverizzato. Per questo i consumi sono sempre stati molto localizzati e concentrati in queste aree.

Il Gruppo Coltiva ormai da 20 anni ha puntato su questo interessante Vitigno e con la sua base sociale operante su questi territori (oltre 150 soci) ha elaborato



“Il Gruppo Coltiva ormai da 20 anni ha puntato su questo interessante Vitigno”

progetti in vigna per poi evolverli in cantina per proiettare il Pignoletto verso un mercato non solo locale ma nazionale/mondiale. Le tipologie di Pignoletto sono sostanzialmente 3: il Pignoletto fermo, le cui produzioni sono esclusivamente nelle colline Bolognesi, il Pignoletto frizzante che oggi è forse la tipologia più diffusa e più gradita dal mercato e il Pignoletto spumante ancora poco diffuso ma con ampie possibilità di crescita.



PIGNOLETTO RIGHI
Il vino dell'estate!

Attraverso la linea Righi, (fatta dall'eccellenza dei Lambruschi DOC di Modena e dal Pignoletto) abbiamo voluto, in questi ultimi anni, investire pesantemente sulla valorizzazione di questo vitigno e fortunatamente nello stesso periodo abbiamo visto evolvere il gusto del consumatore proprio verso queste tipologie di

prodotto; infatti dopo anni dove l'orientamento dei consumi era fortemente focalizzato sui vini rossi, spesso importanti o barricati, oggi la tendenza premia maggiormente i vini facili, spesso identificabili con le bollicine o vini frizzanti.

Nel 2011 tra tutte le tipologie di vini esistenti nella distribuzione moderna (e ce ne sono tantissimi) il Pignoletto ha fatto registrare il trend di crescita più alto, con una crescita ben superiore al 20% e nell'ambito di questo mercato il Pignoletto frizzante Righi è oggi leader con una quota di circa il 40%; un risultato costruito nel tempo investendo prima di tutto su una qualità.

Ma la grande scommessa è il Pignoletto spumante Righi, inventato qualche anno fa, prodotto con il metodo

charmat e realizzato per un mercato trasversale che per noi significa adattarlo a tutte le occasioni di consumo ma soprattutto orientarlo alla maggiore stagionalizzazione. È nato con una immagine moderna e distintiva, quasi fuori dalle logiche di comunicazioni tipiche dello spumante, e anche le attività di valorizzazione e di comunicazione sono spesso concentrate e orientate al periodo estivo. Grazie alle caratteristiche delle uve, abbiamo realizzato uno spumante di buona struttura, ben equilibrata con la naturale acidità del mosto, che conferisce particolare freschezza senza aggredire il palato del consumatore esaltandone nel contempo gli aromi primari delle uve.

Noi siamo certi che il Pignoletto Spumante Righi troverà la sua massima valorizzazione in estate, magari sulle spiagge, e certamente in una logica di consumo informale e fresca; nasce così la comunicazione per il 2012 che vede il prodotto proposto nei mesi di luglio ed agosto con questa immagine di “fresco esplosivo”, sarà il prodotto da stappare per l'estate. Per creare queste logiche di consumo abbiamo già dal 2011 attivato momenti di degustazioni sulle spiagge, in modo particolare sulla riviera romagnola cercando di educare il consumatore a questo tipo di utilizzo e cercando parallelamente di valorizzare l'immagine della linea Righi.

I LAMBRUSCHI RIGHI

Ma la linea Righi nasce con i Lambruschi DOC che raggruppano il meglio dell'enologia Modenese; grandi prodotti che appartengono a uno dei segmenti di mercato più importante, infatti solo nella Distribuzione Moderna questi prodotti valgono quasi 30.000.000 di bottiglie ponendosi al vertice delle tipologie più vendute. Quindi grandi consumi ma anche l'esigenza di valorizzare e riqualificare questo segmento. Oggi anche la migliore ristorazione ha incominciato a premiare quel Lambrusco fino a ieri un po' snobbato e questa tendenza nasce dal mercato e dal consumatore che oggi più che mai riconosce e cerca la qualità stimolando anche il mondo produttivo ad elevare immagine e standard qualitativi. La linea Righi propone oggi una nuova immagine con bottiglia personalizzata quasi a sottolineare l'esigenza di lanciare nuovi messaggi al nuovo consumatore. Abbiamo inserito nella gamma Righi il “NOTTURNO”, un lambrusco scuro che oggi trova un grande riscontro tra i consumatori; alla base sta l'accurata selezione delle uve e la lunga macerazione tendente ad un maggior estrazione delle componenti colorate ed aromatiche. Ciò, oltre ad accentuare l'intensità del colore,

aumenta il corpo del vino e la sua morbidezza in bocca. La componente aromatica si caratterizza per le note di piccoli frutti rossi (mora, lampone, ribes) e per un'elegante nota vegetale. Tra i classici ma sempre gettonati Lambruschi, vantiamo le 3 principali denominazioni modenesi: il lambrusco di Sorbara con la sua caratteristica acidità, il colore tendenzialmente rosso scarico e il tipico profumo floreale, il lambrusco Salamino di Santa Croce, ricco di colore con note violacee e di profumi fruttati che richiamano il lampone e la ciliegia ed infine il lambrusco delle colline modenesi, Grasparossa di Castelvetro, in cui la componente tannica esalta corpo e colore, rubino intenso, accompagnato da note di ciliegia, amarena e ribes che ne fanno uno dei lambruschi più apprezzati a livello nazionale.

