



ZENATO®

IL GIORNALE DELL'ARTE

La fotografia che racconta la quotidianità tra i vigneti e la cantina

L'azienda vitivinicola di Peschiera del Garda si racconta tramite Nadia Zenato, erede dell'impresa di famiglia, e Luca Panaro, curatore del progetto Zenato Accademy

Il vino e la fotografia. Questo è il binomio portante dell'azienda Zenato, fondata nel 1960 da Sergio Zenato. Arrivata alla seconda generazione, i suoi vigneti si estendono per 95 ettari nella tenuta di san Cristina a san Benedetto di Lugana, vocati al Trebbiano di Lugana e nella tenuta Costalunga in Valpolicella, patria dell'Amarone Zenato, e in Toscana, in un piccolo podere di 3,8 ettari, dedicato, anche, alla personale interpretazione Zenato del celebre Bolgheri DOC. Con obiettivi che invadono sia il welfare aziendale che la proposta di comunicazione della propria marca, la società oggi gestita da Nadia ed Alberto Zenato, porta avanti dal 2019 un progetto consolidato che intreccia il territorio, l'azienda, la fotografia, le giovani generazioni e una collezione corporate. Scopriamo Zenato Accademy in questa doppia intervista a Nadia Zenato e Luca Panaro, curatore del progetto.

Cominciamo da Nadia Zenato, erede della seconda generazione dell'impresa della famiglia Zenato.

C'è l'idea di portare l'azienda alla terza generazione e qual'è il peso e il privilegio di essere parte di una «legacy» familiare.

L'ingresso nell'azienda di famiglia è stato un passaggio per me molto naturale, dettato dall'amore per questa terra, la passione per il lavoro in vigna e in cantina, da sempre nel mio Dna. Io e mio fratello Alberto ci auguriamo di poter trasmettere la stessa passione a mia figlia Mariasole e a suo figlio Alessandro. Gestire un'impresa di famiglia è una responsabilità che ci impegnà su più fronti; sentiamo il dovere di fare sempre meglio per portare avanti i valori che i nostri genitori ci hanno tramandato e allo stesso tempo essere attenti ai tempi che cambiano, alle tematiche sempre più importanti di sostenibilità ambientale, economica e sociale e alle nuove esigenze dei consumatori. Un impegno costante nel salvaguardare e valorizzare il nostro brand, oggi conosciuto in tanti paesi nel mondo.

Il progetto Academy quando nasce e perché nasce? Amore per la fotografia e l'arte, desiderio di raccontare la contemporaneità del vino attraverso gli occhi dei giovanissimi e/o (legittimo) strumento di comunicazione?

Il mondo dell'arte ha sempre avuto un ruolo importante nella nostra azienda, quasi un'estensione naturale del nostro modo di lavorare, della nostra passione, una naturale spinta verso il bello. La decisione di investire e supportare l'arte in modo strutturato si è concretizzata nel 2019 con la creazione della Zenato Accademy, un laboratorio permanente di studio e sperimentazione in campo culturale e in particolare in ambito fotografico. Abbiamo voluto osservare, attraverso lo sguardo di giovani fotografi, gli oggetti, i paesaggi e le persone che popolano la nostra quotidianità con un occhio diverso per proporre immagini inedite della nostra realtà. È nato così il progetto «Vino. Oltre», oggi alla sua quarta edizione. «Oltre» è la parola chiave del progetto ma anche della nostra visione: vedere, agire, pensare per superare i limiti, per la nostra azienda, ma anche per il nostro territorio. Contemporaneamente sono convinta che queste iniziative diventino anche strumenti di comunicazione efficaci e contribuiscano al posizionamento del brand e alla percezione dei valori che il nostro marchio vuole rappresentare.

A livello di bilancio l'attività di Academy è considerata un investimento e capitalizzata o una spesa di comunicazione? Quanto fattura Zenato nel 2022 e quanto investe nei progetti Academy?

La Zenato nel 2022 ha investito circa l'1% del proprio fatturato nei progetti della Zenato Accademy che è attualmente inserita tra le spese di comunicazione.

Esistono percorsi culturali di formazione per i dipendenti? Come viene vissuta internamente Academy? Come una sorta di welfare o vive più autonoma?

L'attività della Zenato Accademy è vissuta più come una sorta di welfare aziendale, un modo diverso che permette ai dipendenti di mettersi in gioco, raccontarsi, sentirsi e poi, a progetto ultimato, riconoscersi parte di un progetto culturale.

Pubblicazione: Il giornale dell'arte

Luogo: Italia

Data: 11 maggio 2023

Che cosa ha «imparato» l'azienda di sé mediante l'Academy? Come viene percepita dai collaboratori e dipendenti dell'azienda?

A volte è bello cambiare prospettiva, rovesciare i punti di vista, non dare per scontata una quotidianità che invece serba in sé tratti di eccezionalità. I dipendenti dell'azienda sono sempre coinvolti nei vari progetti artistici, proprio perché le opere che produciamo sono realizzate ad hoc sulle attività dell'azienda, è quindi fondamentale la collaborazione di tutti. Il modo di lavorare di ogni dipendente e la disponibilità al dialogo sono stati più volte fonte d'ispirazione ai ragazzi che ogni anno si alternano in azienda durante la residenza artistica armati di macchina fotografica. Superata la sorpresa e lo scetticismo iniziale, si è subito trasformata in un'iniziativa inclusiva, che ha dato l'opportunità a tutti di sentirsi parte integrante e attiva di un progetto condiviso.

Le opere dei ragazzi entrano poi in una collezione corporate oppure a rimanere è il pregevole prodotto editoriale con Byblos?

Le fotografie dei giovani autori entrano di diritto nella collezione della Zenato Accademy, e una volta in collezione sono disponibili al prestito e alla valorizzazione per altre eventuali esposizioni. Abbiamo anche un sito dedicato www.zenatoacademy.it dove consultare tutte le opere della collezione ed essere aggiornati sulle attività in corso. La collezione si arricchisce ogni anno anche grazie altre acquisizioni, per esempio il Premio Zenato Accademy, che dal 2019 ci permette di scegliere l'opera di un giovane artista scelta tra le tante proposte dalle gallerie che partecipano alla fiera d'arte The Others di Torino.

Passando la parola a Luca Panaro, curatore del progetto Zenato Accademy, quale è stato il primo driver che ha fatto scattare l'idea di lavorare con i giovanissimi per ragionare su una realtà aziendale e sul vino mediante la fotografia? Perché proprio questo medium?

Tutto è nato dall'idea maturata con Giacomo Bersanetti di creare a un progetto articolato che avvicinasse il brand Zenato a realtà artistiche di rilievo in linea con la ricerca dell'azienda e uno sguardo attento alle nuove generazioni. Abbiamo quindi deciso di coinvolgere le accademie di belle arti e vari istituti internazionali di alta formazione artistica investendo sui giovani autori e creando l'opportunità di una residenza in Italia, sostenendoli mediante borse di studio ad hoc. Abbiamo iniziato con una delle più prestigiose scuole d'arte in Italia, l'Accademia di Brera, a seguire ci siamo spinti in Europa (f/16Schule für Fotografie, Berlino), USA (School of Visual Arts, New York) e proprio in questi mesi stiamo lavorando con una importante università asiatica. La scelta della fotografia come medium preferenziale deriva dalla necessità di comunicare con un linguaggio contemporaneo e di scoprirne le potenzialità ancora inesprese proprio attraverso lo sguardo dei più giovani.

Quale è la sua routine nel progetto? Come lo costruisce di anno in anno?

Lavoriamo dandoci come obiettivo il Vinitaly, la più importante fiera di settore. Nel mese di ottobre ospitiamo nelle tenute di Zenato a Peschiera del Garda 5 studenti scelti e nel corso della settimana ognuno di loro ha l'opportunità di conoscere le attività dell'azienda e realizzare liberamente le fotografie su un tema specifico. Ogni sera facciamo una breve riflessione corale sulle immagini prodotte e, insieme al tutor della scuola che affianca gli studenti, cerchiamo di indirizzarli sul lavoro da svolgere il giorno successivo. Terminata la residenza, inizia il lavoro di editing sulle immagini, la preparazione dei file, a seguire la stampa e la confezione che seguono in prima persona. Parallelamente lavoriamo a distanza al progetto di allestimento e al catalogo che ogni anno affianca l'esposizione e ne valorizza la ricerca attraverso una serie di apparati testuali, che aiutano a comprendere le singole ricerche artistiche in relazione alle attività dell'azienda che le ha ispirate. Nei giorni del Vinitaly abbiamo l'occasione di mostrare tutto il lavoro svolto e soprattutto di confrontarci con il pubblico del vino, che non manca di recepire positivamente le ricerche visive più coraggiose che ogni anno ci permettono di andare «oltre».

Ci può raccontare il progetto 2023 e magari un ulteriore progetto che ricorda particolarmente da quando è nato Academy?

Quest'anno ci siamo posti una sfida importante: dopo avere trattato nelle edizioni precedenti generi fotografici universalmente riconosciuti, questa volta abbiamo scelto di spingere il progetto verso una riflessione metalinguistica, suggerendo agli studenti di lavorare sulle caratteristiche della fotografia stessa, un medium contemporaneo che è stato soggetto a repentini cambiamenti, colti dagli autori in modo puntuale. La mia soddisfazione più grande, come curatore, è quella di avere realizzato per Zenato e per il Vinitaly una mostra d'arte pari a quella che normalmente realizzerei per spazi espositivi più consoni al mondo dell'arte, come gallerie e musei. Anche nel 2022 la soddisfazione fu grande, in quell'occasione il tema della mostra era il ritratto, ad essere fotografati i dipendenti dell'azienda coinvolti dagli studenti di Fmav - Scuola di alta formazione. Avere reso partecipi i dipendenti nella realizzazione delle immagini ha reso ancora più speciale l'esposizione, nell'osservare l'orgoglio di ciascuno consapevole di appartenere in prima persona al progetto.