

STRATEGIE. Nasce l'Italian signature wines academy (Iswa), «club» di eccellenze del settore

Cinque aziende del vino si alleano per l'export

Allegrini, Feudi di San Gregorio, Fontanafredda, Frescobaldi e Planeta insieme per espandersi all'estero e per fare formazione

Agiremo nei principali mercati ma anche in quelli emergenti con progetti mirati

MARILISA ALLEGRI
PRESIDENTE ISWA

Cinque aziende vinicole italiane hanno creato Iswa, Italian signature wines academy, un'alleanza strategica di prestigiose case vinicole: si tratta della veronese Allegrini, di Feudi di San Gregorio (Campania), Fontanafredda (Piemonte), Frescobaldi (Toscana) e Planeta (Sicilia), con proprie realtà produttive in altre zone.

Tutti vini di consolidata tradizione, presenti all'estero, con una produzione globale di oltre 33,2 milioni di bottiglie ed un fatturato complessivo che supera i 200 milioni l'anno. I produttori hanno dato vita ad un'alleanza strategica per fare sistema e ampliare la loro presenza nel mondo, sfruttando ogni possibile sinergia nella promozione e nello sviluppo commerciale sui mercati internazionali, anche elaborando progetti su canali di vendita nuovi per estendere la presenza del made in Italy.

Le cinque aziende sono accomunate da forti analogie: nella visione imprenditoriale, nella capacità di innovazione, nell'investimento sulla propria immagine di brand a livello internazionale, nell'attitudine

ad essere «rappresentative» di queste regioni. Stanno studiando iniziative per migliorare l'immagine del vino di qualità, anche attraverso la valorizzazione dei beni ambientali, archeologici, architettonici, storici, artistici, delle peculiarità del territorio e del paesaggio viticolo.

Iswa sarà anche un'Accademia, promotrice della diffusione della cultura del vino italiano a livello internazionale attraverso iniziative di formazione manageriale e tecnico professionale, di aggiornamento e di specializzazione, in partnership con le principali università italiane.

«Il nostro Paese deve fare sistema», spiega Marilisa Allegrini, presidente di Iswa, proprietaria dell'azienda agricola Allegrini di Fumane, in Valpolicella, e precisa: «La forza delle nostre aziende consiste nel mettere assieme le più importanti presenze vinicole italiane all'estero, portabandiera del Made in Italy in un settore che ha spazi enormi di crescita, soprattutto nei nuovi mercati e in quelli emergenti attraverso progetti mirati e sinergie».

Giovanni Geddes da Filicaja, amministratore delegato dei Marchesi de' Frescobaldi, azienda con una storia vinicola di 700 anni, sottolinea che «sempre più il mercato è il mondo. Essere assieme con aziende diverse, ma di elevato

valore, ci offrirà opportunità che singolarmente non potremmo avere». A fargli eco Giampiero Bertolini, direttore marketing e vendite dei Marchesi de' Frescobaldi, vicepresidente vicario di Iswa, sottolinea che «rappresentiamo le cinque regioni vinicole più importanti del Paese, non solo per quantità, ma anche per eccellenza dei prodotti».

«L'integrazione è la nostra componente istituzionale, perché abbiamo brand forti ed incisivi, tra i più accreditati del Made in Italy nel mondo», aggiunge l'altro vicepresidente di Iswa, Roberto Bruno, amministratore delegato di Fontanafredda. Francesco Domini, direttore generale di Feudi di San Gregorio, sottolinea a sua volta che «la nostra collaborazione è strumento importante per rafforzarci sui mercati internazionali, soprattutto quelli nuovi, con una strategia comune».

Sull'unicità di questa alleanza torna Francesca Planeta, proprietaria dell'omonima azienda Planeta: «Nel nostro Paese è possibile fare sistema anche tra aziende diverse, di regioni differenti, perché tutti noi crediamo fortemente che il Made in Italy sia forza di penetrazione e di sviluppo».

Giovedì 18 dicembre, a Palermo, a Castello Utveggi (Centro ricerche e studi direzionali) ci sarà il debutto di Italian signature wines academy. ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA

