

25 marzo 2015 - 00:39

Sette grandi firme del vino italiano provano a fare Sistema Italia



Miss Amarone, Marilisa Allegrini

Scende in campo la mini-nazionale italiana del vino. L'Italian signature wines academy sarà presente all'Expo Milano 2015 nello spazio di Eataly. Ora è esagerato definirla "nazionale del vino" ma potrebbe diventarla.

Le aziende fondatrici sono Allegrini (Veneto), Feudi di San Gregorio (Campania), Marchesi de' Frescobaldi (Toscana), Fontanafredda (Piemonte) e Planeta (Sicilia), cui si sono recentemente aggiunte Arnaldo Caprai (Umbria) e Villa Sandi (Veneto). Le sette aziende si sono unite per "fare sistema" e il consorzio è presieduta da Marilisa Allegrini. Tutte insieme producono 40 milioni di bottiglie di vino l'anno, realizzano un fatturato di oltre 224 milioni di euro ed esportano mediamente oltre il 60% della produzione.

Hanno caratteristiche comuni, dicono i promotori: imprese familiari, una lunga tradizione vitivinicola, marchi affermati nel mondo, obiettivi omogenei di elevata qualità e innovazione.

L'Italian Signature Wines Academy vuole "andare oltre i singoli marchi – dichiara Alessio Planeta – e consolidarsi come un sistema con molti punti in comune, per valorizzare le singole esperienze, consolidare il know how sviluppato negli anni. Ci sono incontri periodici tra i vari livelli aziendali, dagli export manager ai direttori commerciali, dei membri per mettere in comune know how ed esperienze".



Alessio Planeta

Le intenzioni di Italian Signature wines academy sono di valorizzazione il territorio, attraverso l'organizzazione di eventi, convegni e attività di aziende consorziate e non, per promuovere a livello nazionale e internazionale il vino italiano nel suo complesso e le produzioni regionali e specifici territori produttivi. Inoltre si progetteranno percorsi tematici e manifestazioni culturali e turistiche in grado di far emergere le peculiarità anche dei singoli territori.

Le aziende di Italian Signature wines academy, mettendo assieme risorse ed esperienze, si sono già focalizzate su Cina e Asia, primo mercato a medio termine. Quando possibile promettono di concentrerà la distribuzione dei loro vini per avere un maggior potere contrattuale e, al tempo stesso, diversificare l'offerta delle aziende. Già dal Prowein di Düsseldorf hanno cominciato a partecipare insieme a eventi internazionali per ottimizzare le campagne di promozione e i costi, per massimizzare la loro competitività e la penetrazione. "A VineExpo a Bordeaux – annuncia Planeta – saremo in un unico stand, con un'unica immagine e una maggiore forza".