

Vendredi 19 juin 2015 - Entreprise Par Marion Ivaldi Commenter (0) Imprimer Envoyer

Stratégie d'entreprises : une alliance italienne pour commercialiser sur le haut de gamme



Parmi l'une des treize Terrasses de Vinexpo, celle de l'Italian signature wines academy (1) est particulièrement ouverte sur le salon. Ici pas de murs pour isoler ou entourer de mystère, « nous sommes ici pour être ouverts et échanger » explique tout sourire Roberto Bruno, directeur commercial de Fontanafredda. L'Italian signature wines academy a été créée en novembre 2014. « Notre ambition n'est pas de faire de la promotion classique ou d'aller chercher des crédits européens, comme c'est parfois le cas en Italie. Notre démarche est de créer une synergie commerciale entre nos sept entreprises ». Chacune issue d'une grande région d'appellation italienne, ces structures ont en commun d'être des propriétés familiales et de produire des vins très qualitatifs, orientés haut de gamme (le premier prix débute à 20 euros PVC). Elles sont également en capacité de répondre à des demandes volumiques.

Leur alliance se concrétise par la création d'une équipe commerciale dédiée et d'un marketing commun. La stratégie s'adresse à tous les marchés notamment export, avec un intérêt particulier pour les marchés émergents où ce panel de vins italiens est d'autant plus séduisant. « Nous ne sommes pas en concurrence mais complémentaires. Notre alliance se fonde sur une vision identique et cherche à améliorer nos performances ensemble. Pour cela, nous partageons nos informations sur le marché et nos connaissances ; nous éduquons le marché aux vins italiens dans l'objectif de toucher le consommateur final » commente Roberto Bruno.

Cette expérience commune ne se limite pas au commercial. « Nous associons également nos forces en matière de recherche et développement. Trop d'entreprises du secteur sont trop petites pour pouvoir financer des programmes de recherche. Ensemble, nous pouvons développer des projets sur le marketing ou la technique » explique Roberto Bruno. C'est l'Université de Milan en partenariat avec le MIT de Boston qui va mener les recherches. Sur quelles thématiques et quels budget ? Les



deux questions doivent être tranchées en juillet.

(1) Au total, Italian signature wines academy représente 3500 hectares, 44 millions de bouteilles et un chiffre d'affaires consolidés de 250 millions d'euros.

<http://www.vitisphere.com/breve-73209-Strategie-dentreprises-une-alliance-italienne-pour-commercialiser-sur-le-haut-de-gamme.html>