

ISWA



“Eccoci qui a Fontanafredda per festeggiare il primo compleanno di Italian Signature Wines Academy”, esordisce così la **Presidente Marilisa Allegrini** (Allegrini). E ancor di più, ISWA è un luogo dove le persone delle aziende che ne fanno parte, si incontrano sapendo che possono imparare molto le une dalle altre.

Accanto a lei **Roberto Bruno** (Fontanafredda), in qualità di padrone di casa; **Giovanni Geddes** e **Giampiero Bertolini** (Frescobaldi); **Alessio** e **Francesca Planeta** (Planeta); **Antonio Capaldo** e **Francesco Domini** (Feudi di San Gregorio); **Giancarlo Moretti Polegato** (Villa Sandi); **Marco Caprai** (Arnaldo Caprai) è oggi assente, ma presente in spirito. Tutte insieme le sette aziende contano 2.620 ettari vitati, producono quasi 51 milioni di bottiglie e nel 2014 hanno realizzato un fatturato di 256,5 milioni di euro, con spiccata destinazione internazionale.

“ISWA è qualcosa di diverso da un semplice progetto associativo come possono essercene altri nel nostro mondo. Siamo tutte aziende di riferimento dei nostri territori, riferimento agronomico, enologico, comunicazionale, capaci di coniugare spirito innovativo ai valori della tradizione e dell'ospitalità, all'amore ed al concreto sostegno nei confronti della cultura”.

Un compleanno speciale ed un'annata eccezionale. **Giovanni Geddes** evidenzia come *“il 2015 sia una grandissima vendemmia, quantitativa e qualitativa, una rarità averle all'unisono. E pure in Francia. Un trend eccellente, con una crescita media del 10% delle cantine ISWA, geometrie variabili all'interno dei singoli territori. Vi è la ripresa sul mercato italiano, con un incremento dei prezzi medi. È proprio per questo abbiamo in agenda un Gran Tour sul mercato Italiano tra maggio e giugno che coinvolgerà circa 1.500 big players tra horeca e normal trade. All'estero il trend degli acquisti sta andando verso l'alto, soprattutto in USA, anche grazie alla forza del dollaro sull'euro, e ad un miglior posizionamento del vino italiano top quality”.*

Il mercato cinese? Grandi illusioni e delusioni al momento. **Allegrini:** *“stiamo studiando le dinamiche di questo mercato. Siamo appena rientrati dal ProWein di Shanghai ed a maggio saremo in prima linea al VinExpo di Hong Kong, con il focus sull'Italia”.*

E poi **Antonio Capaldo:** *“al momento la Russia no, il Brasile lento, il Nord Europa stabile, mentre bene l'Europa Continentale. Gli Usa ed il Canada. Il Sud Est Asiatico altalenante”.*

Tornando a noi, **Roberto Bruno**:

“ad unirci la leva commerciale comune. La sfida di nuovi paradigmi, come affrontare i mercati maturi con logiche nuove, oltre gli importatori ed i distributori tradizionali. Giusto ad esempio Duty Free e Travel Retail, poiché la gente viaggia sempre più”. E poi la condivisione di esperienze e di conoscenze, come del resto è il tema di Expo 2020 a Dubai.

In primis Forum Commerciali Estero e Forum Commerciali Italia. Ed anche il Forum Responsabili Finanziari ed Amministrativi. Ed oggi il Forum Comunicazione. Prossimamente Forum Enologi ed Agronomi. Capitale relazionale e network, la partecipazione insieme alle Fiere internazionali 2015 ProWein Düsseldorf, VinExpo Bordeaux e ProWein Shanghai e poi quelle 2016, Düsseldorf ed Hong Kong in primis.

Alessio Planeta coordina l'area Academy: *“abbiamo iniziato con IULM ed ora pensiamo ad altre tematiche, management, produzione, etc”*. La formazione nostra e delle giovani generazioni è un tema che ci sta particolarmente a cuore.

Il **Prof. Vincenzo Russo**, direttore del Master Food & Wine Communication dell'Università IULM di Milano, insieme a tutti gli studenti in prima fila. Apportiamo il nostro know how in termini di Neuromarketing. È importante pubblicare e condividere i lavori di ricerca scientifica, come già da anni facciamo in partnership con Marco Polo Experience”.

Comunicare è oggi sempre più social network. **Francesca Planeta**: *“una strategia pensata per una comunicazione condivisa valorizzando i nostri singoli stili. Digital e social interessanti, ma pur sempre e comunque strumenti a servizio dei nostri obiettivi”*.

Giancarlo Moretti Polegato spiega il fenomeno Prosecco: *“noi in ISWA insieme per valorizzare i nostri prodotti, i prezzi medi sono ancora modesti rispetto alla media francese. La quantità attuale di prosecco quest'anno è pari a 400 milioni di bottiglie. Vi è anche un piccolo apprezzamento sul valore, ed è in questa la direzione in cui vogliamo andare”*.

ISWA è anche solidarietà.

Oggi con noi **Maurizia Iachino**, Presidente di Oxfam Italia.

Oxfam, una delle più importanti confederazioni internazionali nel mondo specializzata in aiuto umanitario e progetti di sviluppo, composta da 17 organizzazioni di Paesi diversi che collaborano con quasi 3.000 partner locali in oltre 90 paesi per individuare soluzioni durature alla povertà e all'ingiustizia. E noi la prossima settimana insieme ad Oxfam per Women's Circle, il 26 novembre a Milano, con i top vini di ISWA. Ed anche a sostenere il progetto Orti Sostenibili in Sud Africa.

A chiudere, dulcis in fundo, i piatti tipici delle Langhe ed i vini del cuore:

Allegrini, La Poja Veronese 2001; Arnaldo Caprai, 25 anni Montefalco Sagrantino 2011; Feudi di San Gregorio, Piano di Montevergine Taurasi Riserva 2009; Fontanafredda, Vigna La Rosa Barolo 2011; Frescobaldi, Castelgiocando di Brunello di Montalcino 2010; Planeta, Chardonnay 2013; Villa Sandi, Vigna La Rivetta Cartizze.

<http://www.italyfromitaly.it/vini/news/>