

Made in Veneto Imprese

I NUMERI

Oltre 105 ettari di vitigni e 600mila litri prodotti

Il Gruppo, dove lavorano 58 persone, esporta in 62 Paesi al mondo, conta 105 ettari



coltivati a vite (64 su Bolgheri, 16 a Montalcino, 15 in Valpolicella e 10 nel Lugana) e un totale attuale di 840mila bottiglie prodotte di cui 550mila a Poggio Al Tesoro, 250mila a San Polo e 40mila a Villa Della Torre.

L'imprenditrice ha costituito un nuovo Gruppo con le figlie
La produzione nelle cantine di Fumane, Bolgheri e Montalcino
di **Letizia Magnani**

"Lady Amarone" ci mette il nome Bottiglie firmate Marilisa Allegrini



«IL NOME DEL NUOVO Gruppo è la testimonianza del mio impegno, ma anche della mia passione per questo mondo e per questo lavoro. Non mi sono mai fermata e non ho mai pensato di farlo. Da oggi in poi continuerò a raccontare la storia del vino italiano nel mondo e lo farò insieme alle mie due figlie Carlotta e Caterina. Non c'è cosa più bella», dice Marilisa Allegrini, prima donna del vino italiana a conquistare la copertina della prestigiosa rivista americana Wine Spectator nel 2017. L'imprenditrice, nominata anche Cavaliere del Lavoro nel 2020, da oggi presta il suo nome per intero al suo vino. D'altra parte, che si parta, nel raccontare questa storia d'impresa italiana dalle figlie, dalle tenute o dalla carriera di Marilisa Allegrini, più di quarant'anni di esperienza nel mondo del vino che la rendono un'icona internazionale, la storia di questa imprenditrice rappresenta un unicum per coraggio, tenacia, instancabile voglia di guardare al futuro e al nuovo. A confermarlo è la nascita del suo nuovo Gruppo di famiglia, annunciato con uno speciale unveiling del marchio, che non a caso si chiama "Marilisa Allegrini". Un nome che, per identità e riconoscibilità, è già di fatto un brand internazionale. La sua storia continua quindi, anzi evolve, con un capitolo inedito in cui è protagonista insieme alle sue due figlie, Carlotta e Caterina, e nelle sue amatissime "case" a Fumane, Bolgheri e Montalcino.

«Presento con orgoglio ed emozione questa realtà che vedrà tutta la nostra famiglia impegnata giorno dopo giorno nel dare continuità e valore alla nostra storia di produttori e di imprenditori profondamente innamorati del territorio e della cultura italiana. In questo gruppo sono racchiusi un insieme di valori e di risorse: la famiglia, i territori di grande vocazione, l'amore per l'arte, l'attenzione alla sostenibilità ambientale, il privilegio dell'esperienza nel saper leggere l'evoluzione dei mercati. L'obiettivo è continuare a salvaguardare e migliorare l'arte della produzione vinicola, rispettando la tradizione e abbracciando l'innovazione, come mi ha insegnato mio papà. Farlo insieme alle mie figlie, con il loro sguardo rivolto al futuro e la loro energia, è un sogno che si avvera» spiega Marilisa Allegrini, che del nuovo gruppo è presidente e amministratore delegato.

10

milioni di euro È il fatturato della nuova società che porta lo stesso nome della fondatrice, Marilisa Allegrini

IL VINO È UNA TRADIZIONE DI FAMIGLIA

Nel riassetto delle proprietà di famiglia, Marilisa Allegrini e le figlie, Carlotta e Caterina (rispettivamente a sinistra e a destra nella foto in alto insieme al padre Giancarlo Mastella) manterranno la proprietà delle aziende toscane, Poggio Al Tesoro e San Polo oltre che di Villa Della Torre a Fumane in Valpolicella

ministratore delegato. Sotto il nuovo brand corporate vanno a convivere i tre storici marchi di famiglia, tre aziende fortemente volute da Marilisa Allegrini che negli anni hanno incarnato l'essenza delle terre in cui sono radicate diventandone autentiche ed esclusive portavoce, in Veneto e Toscana, Villa Della Torre a Fumane, Poggio Al Tesoro a Bolgheri, San Polo a Montalcino. Mantenendo fede ad origini e identità proprie, le tre realtà vanno ora a comporre un nuovo eco-sistema proponendo un inedito viaggio di andata e ritorno tra Veneto e Toscana alla scoperta della Valpolicella, del Lugana, di Bolgheri e di Montalcino.

Un dialogo a più voci che vuole integrare il mondo del vino con quello del turismo, accendendo un faro sull'esperienza che può offrire la conoscenza del territorio e della viticoltura. Un modo per raccontare a tutto il mondo l'unicità del patrimonio culturale italiano. «In termini di mercato uno degli obiettivi principali del Gruppo è rappresentato sicuramente dall'export», dice Allegrini. «Abbiamo i nostri storici mercati come Stati Uniti, Svizzera, Giappone, Regno Unito e Germania. Ma ci sono piazze importanti da esplorare come Croazia, Slovenia, Serbia, Montenegro, Grecia e poi ovviamente il Sudest asiatico, l'Australia, il Sudamerica e il Centro America che sono altrettanto affascinanti. Anche per questo siamo profondamente contenti della collaborazione avviata con Edoardo Freddi International. L'obiettivo comune è diffondere il meglio dell'enologia italiana su scala internazionale attivando progetti ancora più impor-



LE PROSSIME TAPPE

«Uno dei nostri obiettivi principali in termini di mercato è rappresentato sicuramente dall'export: vogliamo diffondere il meglio dell'enologia italiana»

tanti con Villa Della Torre e con le due realtà toscane», aggiunge l'imprenditrice. Con un fatturato di poco più di 10 milioni di euro il nuovo brand Marilisa Allegrini esporta in 62 Paesi al mondo, tra cui Stati Uniti, Giappone, Svizzera, Regno Unito e Germania, conta 105 ettari vitati in produzione, 64 ettari su Bolgheri, 16 a Montalcino, 15 in Valpolicella e 10 nel Lugana. Sono 840 mila invece le bottiglie prodotte, di cui 550 mila a Poggio Al Tesoro, 250 mila a San Polo e 40 mila a Villa Della Torre. Un dato, quest'ultimo, che subirà un notevole incremento, come spiega la stessa presidente, confermando anche importanti investimenti, lato ospitalità: «Grazie all'acquisizione totale del vigneto che circonda Villa Della Torre e all'aggiunta di ulteriori vigneti che entreranno in produzione già quest'anno, Villa Della Torre arriverà a produrre 200 mila bottiglie. In generale, se guardiamo al prossimo quinquennio e consideriamo tutte le progettualità inerenti anche l'hospitality in Toscana, prevediamo di raddoppiare il nostro fatturato». Ma le novità per questa eccellenza del made in Italy non finiscono qui. Infatti, il nuovo marchio è stato disegnato da NSG Design e sarà presente sulle etichette dei vini Villa Della Torre a partire da Amarone 2020, Valpolicella 2021 e Lugana 2022.

La firma di Marilisa Allegrini, già presente sulle bottiglie di Poggio Al Tesoro, caratterizzerà anche quelle di San Polo. Al lancio del nuovo marchio corporate si affianca, poi anche la nascita del sito del Gruppo sviluppato da The Branding Crew. Ad affiancare Marilisa Allegrini sono, in qualità di vicepresidenti, le sue due figlie Carlotta e Caterina rispettivamente brand ambassador e direttore marketing e comunicazione, e il loro padre, Giancarlo Mastella anche lui vicepresidente e già direttore di Villa Della Torre.