

**Mercati
& vino**



CASTELLINA IN CHIANTI - L'unione fa la forza. Specialmente nel mondo del vino italiano, che, negli ultimi anni, si trova costretto, anche nei mercati di alta fascia, ad affrontare una forte spinta alla globalizzazione e alla concorrenza internazionale. Per essere più competitivi su un mercato così difficile, meglio fare alleanze di risorse umane, finanziarie e commerciali magari tra realtà che hanno una strategia condivisa: il made in Italy ha tante aziende di grande qualità e glamour ma che, molto spesso, non hanno le dimensioni adeguate per competere sul mercato globale, non possono sviluppare marketing e pubblicità, come sarebbe necessario, e nemmeno reti di vendita e promozione. Un'analisi della realtà a livello internazionale che ha portato France-

Comunicazione e vendita: la risposta italiana alle sfide internazionali

Le griffes del vino si uniscono

Sinergia tra Fonterutoli e altre "toscano"

sco e Filippo Mazzei di Castello di Fonterutoli a lanciare l'idea dell'alleanza tra griffes del vino, con filosofie comuni (dalla produzione alla vendita), come risposta italiana ai processi di concentrazione in atto a livello internazionale. I protagonisti? Oltre ai Mazzei, con Castello di Fonterutoli, una delle griffes più prestigiose del Chianti Classico, e Tenuta Belguardo, acquisita nel '97 in Maremma, le due aziende toscane La Brancaia e la Tenuta di Ghiz-

zano. Ed, in futuro, a perfetta quadratura del cerchio, non si può escludere anche Castiglion del Bosco, una delle aziende più fashion di Montalcino, acquistata di recente

da Massimo Ferragamo, che vede il coinvolgimento di Francesco Mazzei nel management.

"Si tratta di aziende di alta gamma - spiega Francesco Mazzei, che, con il

fratello Filippo, è alla guida di Castello di Fonterutoli - con filosofie produttive e commerciali simili, che si sono riunite intorno al Castello di Fonterutoli per condividere la valida rete commerciale, e promuovere così una distribuzione più efficace e capillare dei rispettivi vini, tra i più rappresentativi della Toscana e d'Italia. L'idea è di svilup-

pare insieme una "massa critica" tale da garantire una maggiore efficienza distributiva ed un miglior servizio per i clienti. Ma questa alleanza vuol dire anche condividere le attività aziendali, non solo dal punto di vista della strategia commerciale, ma anche di prodotto, incluse le scelte tecniche".

Le migliori bottiglie (e sono molti i vini importanti che ciascuna delle quattro cantine può mettere in campo) di Castello di Fonterutoli e Tenuta Belguardo, di proprietà dei Marchesi Mazzei, La Brancaia (di proprietà di due imprenditori svizzeri, Bruno e Brigitte Widmer, nel Chianti Classico dal 1981, con poderi che confinano con le vigne dei Mazzei) e la Tenuta di Ghizzano (è la label dei Venerosi Pesciolini, signori nel territorio di Pisa dalla seconda metà del Trecento ed esponenti storici della Toscana del vino) hanno deciso di viaggiare uniti. E, uniti, proveranno a convincere il mondo della qualità di quanto sta accadendo in un'altra delle zone più classiche dell'Italia del vino: la recente acquisizione di Castiglion del Bosco a Montalcino, da parte di un gruppo di imprenditori, potrebbe anche essere il prossimo elemento vincente di questa alleanza in forte espansione.

Gli enonauti

Vino: non piace lo shopping on line

SIENA - Amano il vino, sono esperti di Internet, ma di shopping on line non ne vogliono sapere, e preferiscono comprare personalmente le bottiglie in enoteca o in cantina. Questa è la tendenza emersa dal sondaggio che www.winenews.it, uno dei siti più cliccati di informazione sul vino, ha condotto tra i suoi enonauti, a dimostrazione che l'acquisto di bottiglie sul web stenta ancora a decollare in Italia. Il 72% del target - composto da appassionati del buon bere che vantano una quotidiana frequentazione di Internet, per lavoro o nel tempo libero - afferma di non compiere mai acquisti di vino on line, contro un 24% che invece dichiara di averci provato qualche volta. Solo un modesto 4% degli enonauti è abituato ad approvvigionare regolarmente la propria cantina attraverso il computer.



Vino, l'unione fa la forza Alleanza fra le griffes del vino lanciata da Francesco e Filippo Mazzei del Castello di Fonterutoli. Protagoniste anche le tenute Belguardo, La Brancaia e Ghizzano