

PIMCO  
pimco.it

IL GRUPPO VENETO  
ALLEGRI: VINI  
E ACCOGLIENZA  
SONO AMBASCIATORI  
DEL MADE IN ITALY

di Isidoro Trovato 25



IL SALONE DAL 10 MAGGIO  
«UMANO, DIGITALE  
E RESPONSABILE:  
IL NOSTRO RISPARMIO  
SI DIFENDE COSÌ»

Lo speciale all'interno I-XX

INVESTIMENTI  
IL PATRIMONIO  
DELLE FAMIGLIE  
È CRESCIUTO  
DI 300 MILIARDI

di Paolo Ciocca II-III

PIMCO  
pimco.it

# Risparmio, Mercato, Imprese

# L'Economia

LUNEDÌ  
9.05.2022

ANNO XXXI - N. 17

economia.corriere.it

del **CORRIERE DELLA SERA**

## LA GUERRA METTE IN DISCUSSIONE LE CERTEZZE MA SVILUPPO E SOSTENIBILITÀ RESTANO LEGATI

Il sistema industriale e le piccole  
e medie imprese nazionali  
spesso sono all'avanguardia

di Ferruccio de Bortoli  
con articoli di Alberto Brambilla, Daniele Manca  
e Alberto Mingardi 2-6-12-27

**Fabrizio  
Di Amato**  
presidente  
Maire Tecnimont

**MOBILITÀ & BUSINESS  
ROMA DOPO IL COVID**  
di Dario Di Vico 4-5

MAIRE TECNIMONT  
**DI AMATO: FINALMENTE  
C'È UNA POLITICA  
ENERGETICA  
ORA IL GOVERNO  
SI FIDI DI NOI PRIVATI,  
ABBIAMO COMPETENZE  
E CAPACITÀ  
RICONOSCIUTE**

di Daniela Polizzi 8

FINANZA  
**DA CREDIT AGRICOLE  
A INTESA: QUANTO  
PIACE IL MODELLO  
BANCA-ASSICURAZIONE**

di Edoardo De Biasi 17

RIFORME DIFFICILI  
**IL NUOVO CATASTO:  
I TIMORI (GIUSTI)  
DI AZIENDE E CITTADINI  
MA SI PUÒ CAMBIARE  
SENZA RISCHI**

di Mauro Marè e Francesco Vidoli 15

TERZA EDIZIONE

FRIMTAS UTILITAS VENUSTAS  
**VITRUVIO4.0**  
ABITARE INNOVATIVO  
da sinistra di Leopoldo Freyre



La città contemporanea deve cambiare per affrontare le sfide  
del cambiamento climatico: la discussione sui parametri di densità abitativa  
ha ancora senso? O dobbiamo cambiare radicalmente il punto di vista  
nella definizione delle strategie urbane?



## LA DENSITÀ ABITATIVA: PROBLEMA O SOLUZIONE?

SEDE ORDINE DEGLI ARCHITETTI | 11 MAGGIO 2022 | ORE 18.30  
MILANO | VIA SOLFERINO, 17/19

Leopoldo Freyre, ne discute con:

Giancarlo Tancredi, Assessore alla Rigenerazione Urbana del Comune di Milano

Cino Zucchi, Architetto

Regina De Albertis, Presidente di Assimpredi ANCE

Gianni Biondillo, Scrittore

Sergio Luciano, Direttore di Economy

SEGUE APERITIVO

EVENTO APERTO AL PUBBLICO PREVIA ISCRIZIONE: nicpr@nicpr.it

**MITSUBISHI  
ELECTRIC**  
CLIMATIZZAZIONE



SCOPRI DI PIÙ  
mitsubishielectric.it/vitruvio40

IL GRUPPO VENETO  
**ALLEGRI: VINI  
E ACCOGLIENZA  
SONO AMBASCIATORI  
DEL MADE IN ITALY**  
di **Isidoro Trovato** 25

# SPOSO L'AMARONE COL ROSSO TOSCANO E IN HOTEL, DOPO OBAMA...

I progetti di Marilisa Allegrini: vigneti a Bolgheri e investimenti nell'hotellerie. «Vino e turismo ambasciatori del made in Italy»

di **Isidoro Trovato**

**A** Sant'Ambrogio di Valpolicella, nella Valpolicella Classica, c'è una collina coperta di vigneti. È La Grola. Negli anni Settanta Giovanni Allegrini portava sua figlia Marilisa (ancora bambina) a passeggiare tra i filari di quella collina definendola «il posto più bello del mondo». Nel 1979 si presentò l'opportunità di acquistare il prestigioso vigneto omonimo sulla vetta di quella collina tanto amata e Allegrini non se la lasciò scappare. Fu la svolta per l'azienda che oggi è uno dei simboli dell'Amarone: la viticoltura altamente qualitativa e il microclima perfetto di questo altipiano di circa tre ettari fanno fare un salto di qualità a tutta la produzione e quella della Allegrini diventa una storia di successi e di crescita economica.

Oggi Marilisa guarda oltre i confini regionali con lo stesso sguardo visionario del padre: «Abbiamo deciso di rafforzare e potenziare la nostra presenza in Toscana — afferma Allegrini — su un territorio unico nel suo genere dalle enormi potenzialità. La decisione di allargare il confine regionale della nostra cantina nasce nel 2001 quando io e mio fratello Walter individuammo a Bolgheri l'area più adatta all'idea di espansione che avevamo in mente. A pochi passi dal mare, Bolgheri infatti è un'area dal clima eccellente, vocata alla viticoltura di qualità. È lì che gli Allegrini hanno scelto la tenuta «Poggio al tesoro»: dai 3 ettari iniziali, oggi la tenuta si estende su 105 ettari di cui 64 vitati e suddivisi in quattro poderi. «Quello in Toscana — spiega Marilisa — non è un semplice investimento: ma per una sfida e una produzione all'altezza della nostra tradizione. Abbiamo cercato una diversità dalla

Valpolicella ma puntando a prodotti complementari. Alcuni trattamenti sono stati sperimentati a Bolgheri e poi portati in Valpolicella. Mi ha sempre affascinato l'idea di produrre vitigni internazionali con stile bolgherese: dal vigna al vermentino con i cloni provenienti dalla Corsica».

## Il biologico

Lo step successivo in Toscana si chiama enoturismo: in una regione che ha fatto del turismo enologico una leva di sviluppo importante, il gruppo Allegrini ha deciso di realizzare a Bolgheri una struttura turistica tra i vigneti. «Il turismo è parte integrante di un brand del vino. Lo abbiamo sperimentato già in Valpolicella, nella sede rinascimentale di Villa del-

la Torre e anche a Montalcino nella nostra tenuta di San Polo. A Bolgheri rimarremo in sintonia con il territorio e offriremo agli ospiti un'esperienza immersiva nei vigneti». Proprio San Polo è la seconda area toscana su cui ha deciso di investire la famiglia Allegrini negli ultimi anni: si tratta di una tenuta diventata il laboratorio della sostenibilità enologica del gruppo. «Nel 2014 a Montalcino abbiamo iniziato il percorso di conversione al biologico, nel 2015 abbiamo sviluppato la parcellizzazione della tenuta individuando 8 vigneti con diverse caratteristiche, peculiarità e potenzialità. Continuiamo a investire su San Polo anche dopo che, nel 2017, ha ricevuto la certificazione biologica, perché siamo convinti che vino e sostenibilità siano ormai due storie inscindibili».

Se l'evoluzione di Allegrini si chiama Bolgheri e Montalcino, la storia e il core

business dell'azienda rimane l'Amarone e la Valpolicella.

## L'estero

Del resto, non si può non ricordare che nel 2017 Marilisa Allegrini conquista la prestigiosa copertina di Wine Spectator (la Bibbia degli appassionati di vino internazionale) e quello stesso anno l'allora presidente Usa Barack Obama in visita in Italia cenò proprio con l'Amarone prodotto nei vigneti Allegrini. Da allora Marilisa è per tutti «Lady Amarone».

«Si tratta di un vino rosso unico, prodotto da uve Corvina, Corvinone, Rondinella e Oseleta. Vengono lavorate con una tecnica millenaria, quella dell'appassimento. Il risultato è un vino secco, che al mondo si ottiene soltanto in Veneto nella nostra amata Valpolicella. L'Amarone vale un terzo del fatturato totale dei nostri vini veneti Allegrini e Corte Giara. Ma soprattutto rappresenta la storia e l'epopea della mia famiglia giunta ormai alla sesta generazione». La crescita di fatturato è ripartita nel 2021 facendo segnare il segno più anche rispetto al fatturato 2019 arrivando a toccare quota 47,4 milioni di euro con un 66% di export. «Anche la crescita nei mercati stranieri — ricorda Allegrini — è frutto

di un percorso che parte da lontano: negli anni Ottanta negli Usa non prendevano nemmeno in considerazione i vini della Valpolicella, eppure noi viaggiavamo in lungo e in largo per gli Stati Uniti per far conoscere il nostro Amarone. Negli anni Novanta lo scenario era già capovolto: gli Usa sono diventati il nostro primo mercato estero e oggi l'Amarone vale il 30% del nostro fatturato.

Proprio l'esportazione diventa il campo migliore in cui mettere a punto l'alleanza tra le grandi cantine italiane. Non a caso con altre famiglie del vino Marilisa Allegrini ha fondato l'Italian signature wines academy. «In Italia le aziende sono per lo più medio-piccole e io penso che insieme sia possibile realizzare ciò che da soli è impensabile. Uniti rappresentiamo 9 zone di eccellenza e per fortuna tutti hanno capito subito che potevamo moltiplicare il nostro valore unendo le forze. Si tratta di un modello replicabile per tutta la filiera del vino di qualità italiano: da quando abbiamo capito che comunicare l'eccellenza del vino made in Italy fa bene a tutti, la crescita dell'export ha conosciuto una forte accelerazione. Anche negli anni della crisi pandemica»

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'export rimane  
la voce più  
importante per il  
vino italiano di  
qualità ma per  
raggiungere i  
mercati più  
importanti il  
made in Italy  
deve fare  
squadra

**Erede**

Marilisa  
Allegrini, socio  
amministratore

