

THE WINE NET, CANTINA FRENTANA NELLA RETE DI IMPRESE VITIVINICOLE

28 Novembre 2017



ROCCA SAN GIOVANNI - È il primo esempio in Italia del modello di Rete di Impresa nata per unire, valorizzare e promuovere l'eccellenza della Cooperazione vitivinicola italiana e raccoglie per farne una "impresa moderna" cantine complementari, dalla più piccola in Piemonte alle big di Veneto e Sicilia, che insieme affrontano i mercati internazionali, promuovono formazione, partecipano ad eventi di promozione e fiere, curando anche l'apertura di punti vendita.

Si tratta di "The Wine Net" ed è stata presentata ad operatori ed enoappassionati in occasione di Vi.Vite, la prima kermesse del mondo cooperativo che, nella due giorni a Milano, ha messo in luce 498 cantine cooperative che producono il 60% del vino italiano.

"The Wine Net" è una Rete aperta, fondata nel 2016 dalle venete Cantina Valpolicella Negrar

e Cantina Produttori di Valdobbiadene Valdoca, insieme alla piemontese Cantina Pertinace.

A loro oggi si sono aggiunte anche la Cva Associati di Canicattì (Sicilia), la Cantina Vignaioli Morellino di Scansano (Toscana) e Cantina Frentana (Abruzzo).

Si tratta di cooperative tutte di primo livello, che curano cioè l'intero processo di produzione, dalla vigna alla bottiglia, e che condividono l'approccio qualitativo e l'attenzione alle risorse umane. Oltre al debutto davanti al pubblico meneghino, nei giorni scorsi prima esperienza in territorio asiatico.

I rappresentanti delle sei cooperative della rete hanno presenziato ad una delle più importanti fiere del vino al mondo, l'Hong Kong Wine & Spirit Fair, che si è svolta dal 9 all'11 novembre 2017 ad Hong Kong.

“Partecipare insieme ad una fiera come questa” ha detto **Aldo Franchi**, direttore della cantina Produttori Valdobbiadene/Valdoca, presente ad Hong Kong ” ha rappresentato non sono un eccellente sistema di razionalizzazione dei costi (con le relative economie di scala) ma ha anche aumentato l'appeal e le opportunità commerciali di ogni componente della rete. Insieme, infatti con la nostra ampia offerta delle principali denominazioni italiane, abbiamo attratto maggiormente l'interesse dei buyer, riuscendo a comunicare in maniera più efficace la nostra presenza e condividendo in modo intelligente i nostri contatti”.