

Adattamento, sostenibilità e comunicazione: il lungimirante approccio al mercato di Dacastello

scritto da Emanuele Fiorio | 18 Giugno 2024



[Dacastello Vini](#) è una realtà dinamica e innovativa che, fin dalla sua fondazione nel 2004, si è distinta nel panorama vinicolo internazionale per la qualità dei suoi prodotti e l'attenzione alle esigenze dei consumatori. Con una presenza consolidata in Europa, Stati Uniti, Centro America e Nord Africa, l'azienda ha saputo adattare la sua **strategia commerciale alle diverse culture e preferenze locali**.

Gessica Franco Carlevero, Responsabile della Comunicazione di Dacastello Vini, ci racconta le sfide attuali e future, i successi e le strategie aziendali che hanno portato questa

realtà ad essere un punto di riferimento nel settore. Attraverso un continuo **scambio con i partner commerciali e una meticolosa ricerca di mercato**, Dacastello riesce a soddisfare le richieste dei clienti introducendo nuove tipologie di vino e adattando l'offerta con tempismo e precisione.

Dacastello è presente su mercati molto differenti in Europa, Stati Uniti, Centro America e Nord Africa. Come adattate la vostra strategia per andare incontro a differenze culturali e preferenze di consumatori così eterogenei?

All'origine c'è la ricerca, siamo molto attenti alle tendenze e alle esigenze dei vari Paesi e c'è una stretta collaborazione con i nostri partner commerciali. Uno **scambio diretto e costante con gli importatori** ci permette di soddisfare le varie necessità e ci capita spesso di introdurre nuove tipologie di vino sulla base di richieste specifiche. Per esempio, recentemente abbiamo inserito nel nostro catalogo un Super Tuscan, molto apprezzato dai consumatori inglesi o il Primitivo di Manduria, in questo momento ricercatissimo negli U.S.A.

Quali sono le principali sfide attuali che state affrontando per quanto riguarda il posizionamento di Dacastello Vini nei mercati internazionali e come le state fronteggiando?

L'economia nazionale ed internazionale degli ultimi anni è sicuramente caratterizzata dall'imprevedibilità. La sfida principale che dobbiamo affrontare è dunque quella di **riuscire a cogliere le varie opportunità con il giusto tempismo**, adattando la nostra offerta alle diverse esigenze dei mercati nel più breve tempo possibile. Per questo motivo conoscere il Paese in cui operiamo, le abitudini e i gusti dei nostri consumatori è per noi fondamentale.

Quali sono stati i cambiamenti più significativi nello sviluppo aziendale di Dacastello Vini dagli anni Duemila a oggi?

Questa domanda ci fa molto piacere perché ci dà modo di raccontare l'evoluzione della nostra realtà nel Ventesimo anno dalla sua creazione. **Siamo nati nel 2004**, da un'idea dei due fondatori e fratelli, Sergio e Francesco Franco Carlevero. Inizialmente l'idea era quella di offrire al maggior numero di persone, in Italia e nel mondo, l'esperienza dei vini italiani più conosciuti.

Dieci anni più tardi il nostro catalogo offriva cinquanta tipologie di vino estremamente competitive, **la rete distributiva copriva l'intero territorio nazionale e i principali paesi d'Europa**.

Un altro importante momento di svolta è avvenuto nel 2021 con l'integrazione in azienda della "seconda generazione", Camilla, Lorenzo e me, Gessica Franco Carlevero. In questo momento il senso di famiglia ha dato un nuovo slancio al gruppo e insieme abbiamo deciso di **modificare la rotta dirigendoci verso un netto innalzamento qualitativo** dei nostri prodotti.

La competitività resta un punto importante per la Dacastello, ma la ricerca della qualità e autenticità dei vini oggi è la condizione *sine qua non* del nostro lavoro.

Qual è l'impegno di Dacastello Vini nella sostenibilità ambientale e come comunicate questo impegno ai vostri consumatori?

Siamo sensibili ai temi ESG. Nel 2023 abbiamo avviato delle sessioni di studio e approfondimento che si sono concluse con un documento di assessment ESG. **I nuovi investimenti vengono analizzati nell'ottica del loro consumo e delle fonti utilizzate**. È in corso un controllo dei dati che tra un anno

ci permetterà di avere la “Carbon Footprint” della nostra azienda evidenziando il risparmio di CO₂. Inoltre raccogliamo, monitoriamo e analizziamo i dati relativi ai consumi di energia elettrica, gas metano ed acqua.

Non di meno importanza è la gestione dei fornitori, ponendo particolare attenzione alla fase di qualifica, al fine di avere prodotti di qualità elevata garantendo sicurezza del prodotto.

La nostra comunicazione sui temi ambientali comincia innanzitutto in azienda, attraverso la formazione del personale. Infine, un **sistema attento e fortemente sentito di gestione BRC** ci permette ogni anno di essere certificati trasmettendo ai nostri clienti un’immagine di attenzione e grande sensibilità.

Quali tendenze del mercato del vino avete identificato come particolarmente influenti per il futuro e come si sta posizionando Dacastello Vini rispetto a questi trend?

Sicuramente abbiamo riscontrato una maggiore attenzione e consapevolezza da parte dei consumatori. Questo impone una maggiore cura nella selezione dei vini. Devono essere all'altezza delle aspettative di un pubblico esigentissimo.

In secondo luogo, **l'importanza della comunicazione**. In questi anni c’è quasi una ritualizzazione intorno al vino, e questo richiede maggiore cura nella narrazione da parte delle aziende. Sempre più spesso i nostri clienti, soprattutto esteri, ci richiedono informazioni tecniche, storiche e culturali sui vari vini. **Non sto parlando di marketing, ma di narrazione**, di condivisione di un lavoro che è un equilibrio tra viticoltura, enologia, storia, tradizione, commercio e design.

Come vengono scelti i partner con cui collaborate e quali criteri devono soddisfare?

La selezione dei fornitori con i quali collaboriamo è una delle fasi in cui poniamo maggior attenzione. I nostri partner non devono solo rispettare gli standard qualitativi a cui aspiriamo ma **devono condividere con noi anche i principi fondamentali della nostra azienda**. La trasparenza e la correttezza sono le basi con le quali instauriamo qualsiasi rapporto commerciale. Data la natura della nostra azienda, caratteristiche fondamentali che ricerchiamo sono la **dinamicità e l'apertura al confronto** grazie al quale cerchiamo di soddisfare al meglio le esigenze dei nostri consumatori. La scelta dei collaboratori ricade sempre più spesso su aziende che, come noi, sono attente alle logiche di sostenibilità ambientale in tutti i suoi vari aspetti.

Siete sempre impegnati nella ricerca di qualità e opportunità, ci sono nuovi mercati o segmenti di prodotto che Dacastello Vini prevede di esplorare nei prossimi anni?

Da qualche anno partecipiamo alle principali fiere europee come Vinitaly, Wine Paris o ProWein. In futuro ci piacerebbe estendere la nostra presenza alle fiere extra continentali e **avvicinarci soprattutto al mercato orientale** con cui cominciamo ad avere i primi contatti. Il connubio tra vino italiano e cucina orientale sa regalare sorprese entusiasmanti e ci piacerebbe entrare in contatto con nuove realtà da questo punto di vista.