

# Casale del Giglio: un'identità forte che continua a crescere sul mercato globale

scritto da Claudia Meo | 4 Marzo 2025



*Casale del Giglio continua a rafforzare la sua identità nel panorama vitivinicolo globale, valorizzando i vitigni autoctoni e affermandosi con vini di qualità nei mercati esteri. Premi prestigiosi e strategie mirate consolidano la crescita in USA, Germania, Cina, Giappone e numerosi altri mercati. L'azienda guarda al futuro con ottimismo, puntando su autenticità, innovazione e sostenibilità.*

Il portafoglio prodotti di Casale del Giglio ha raggiunto negli anni una varietà significativa: una ventina di etichette, considerati da un lato i vitigni autoctoni, che

l'azienda ha valorizzato e lanciato nel mercato nazionale e nell'export, dall'altro un significativo assortimento di vitigni internazionali, che guadagnano quote sempre maggiori di mercato rispetto alle corrispondenti interpretazioni straniere.

I vini di Casale del Giglio sono presenti in tutte le aree del mondo, dall'Europa all'America, dal continente asiatico all'Africa.

L'azienda ha quindi le carte in regola per rappresentare un osservatorio significativo sulle tendenze che il mercato globale esprime in questo momento.

L'autenticità dei vitigni autoctoni di Casale del Giglio ha permesso loro di conquistare sempre più spazio rispetto a quelli internazionali: frutto del grande impegno dell'enologo Paolo Tiefenthaler qui a Le Ferriere, nell'Agro Pontino, nei quasi 40 anni di attività a fianco della Famiglia Santarelli, e in forte sinergia con il resto del team. Alcune risorse strategiche lavorano in azienda ormai da molti anni: in occasione del recente Wine Paris abbiamo il piacere di rivedere Linda Siddera, responsabile dell'accoglienza ed Elise Rialland, export manager.

Tra i vitigni autoctoni spicca il Bellone, coltivato in un vigneto a piede franco sulla spiaggia di Anzio, che dà vita a due etichette fortunatissime: l'**Anthium**, che quest'anno ha meritato il riconoscimento dei 3 bicchieri del **Gambero Rosso** e i 97 punti di **Decanter**, e il **Radix**, complessa ed elegante interpretazione del vitigno che ha fatto incetta di premi, dai 4 tralci della **Guida Vitae dell'Ais**, ai 94 punti di **James Suckling** ai 5 grappoli di **Bibenda**.

“Anche sul fronte dei vitigni internazionali le etichette di Casale del Giglio continuano a guadagnare terreno sui mercati di tutto il mondo. Il mercato inizia ad essere piuttosto stanco dei vini standardizzati e le nostre espressioni

internazionali monovitigno, come lo Chardonnay e il Cabernet Sauvignon, vanno molto forte negli Stati Uniti: il sole del Centro Italia conferisce forza e struttura, e il clima marino con le sue brezze apporta freschezza e aromi. È emblematico ricordare che il vino base dell'azienda, il **Satrico**, centratissimo blend di Chardonnay, Sauvignon e Trebbiano giallo, è così apprezzato per il suo stile e la sua pulizia da essere diventato in un certo senso iconico per l'azienda, guadagnando quest'anno la Gold Medal dell'**AWC di Vienna** e la Grand Gold Medal del **Concours Mondial de Bruxelles**".

Queste le parole di Elise, con la quale facciamo una panoramica virtuale sui principali mercati di Casale del Giglio, per comprendere il sentiment aziendale nei confronti delle dinamiche locali.

**Stati Uniti, avanti tutta:** "Negli USA abbiamo 7-8 importatori in Stati diversi. Il mercato tiene e stiamo cercando di spingere con strategie *taylor-made*. Con i partner giusti, ora che il brand si è affermato, miriamo a vederci riconoscere anche da parte dei locali più prestigiosi, nei cui confronti siamo sempre stati prudenti. Ora i tempi sono maturi, siamo consapevoli della nostra leadership".

**Germania, ottimismo:** "Dopo la flessione registrata lo scorso anno, oggi si sente finalmente una ventata di positività. La Germania è il secondo mercato mondiale per il vino italiano e anche per Casale del Giglio rappresenta una quota importante delle vendite estere. Siamo fiduciosi delle sue potenzialità per i nostri vini".

**Cina, presidio:** "Gli ultimi 2 anni sono stati molto difficili, l'onda lunga del Covid ha portato chiusure totali a Pechino, fortunatamente meno a Shanghai e Shenzen. Per il 2025 ci aspettiamo una ripresa, ben consapevoli che ci sia da fare moltissimo lavoro di educazione del consumatore. Il vino rimane uno *status symbol* in Cina e abbiamo intenzione di non trascurare l'appel di cui il nostro vino gode su questo

mercato”.

**Giappone, fedeltà:** “Lo scorso anno è andato davvero bene, i risultati sono stati ottimi; la cultura italiana è sempre molto apprezzata nei suoi diversi aspetti, che spaziano dalla lirica alla gastronomia e il vino ne beneficia molto. I consumatori giapponesi sono competenti, fanno attenzione alle materie prime, hanno un olfatto sviluppato e sono disposti a riconoscere un premio di prezzo al vino che vale”.

**Thailandia, Taiwan, Corea del Sud, pazienza:** “Sono mercati dove vogliamo guadagnare posizioni, ma siamo consapevoli che sia necessario un grande impegno e molta costanza”.

**Monopoli, fatica:** “Con i tender ci impegniamo molto ma non è facile affermarsi, in quanto molti sono su base regionale ed è difficile che si aprano degli spiragli per il Lazio. Certamente la certificazione Equalitas ha rappresentato [una tappa strategica nel nostro lungo cammino di sostenibilità](#) e un sicuro passo avanti nelle nostre strategie di avvicinamento ai mercati monopolistici”.

---

## **Punti chiave:**

1. **Identità forte e crescita globale:** Casale del Giglio si distingue per la valorizzazione dei vitigni autoctoni e un portafoglio vincente diversificato;
2. **Successo dei vitigni autoctoni e internazionali:** Casale del Giglio anche quest’anno ha ricevuto numerosi premi della critica enologica;
3. **Strategia su misura per ogni mercato** – L’azienda adotta strategie personalizzate per ogni paese, puntando sulla qualità, sulla notorietà del brand.

