

The Wine Net: la cooperazione italiana che unisce territori ed eccellenze enologiche

scritto da Claudia Meo | 12 Novembre 2024



The Wine Net rappresenta un modello di cooperazione vitivinicola italiana che unisce realtà di diverse regioni per promuovere territori ed eccellenze enologiche. Attraverso strategie condivise e collaborazioni internazionali la Rete contribuisce a valorizzare la produzione cooperativa e a superare sfide commerciali e produttive.

The Wine Net è una Rete aziendale con soggettività giuridica che associa cooperative italiane provenienti da territori particolarmente vocati e che rappresentano importanti denominazioni di origine: **Pertinace e Cantina Colli del Soligo nel nord, Cantina del Morellino di Scansano e Cantina Frentana al centro Italia, La Guardiense e CVA Canicattì nel meridione.**

The Wine Net è la prima rete d'impresa nata per la promozione della cooperazione vitivinicola italiana. [Le Reti d'impresa sono un osservatorio economico privilegiato](#): grazie all'ampia rappresentatività di territorio, che è uno dei valori che trovano espressione nella cooperazione, una Rete che abbia la forza di aggregare diverse realtà cooperative gode di grande visibilità.

Si dimostra inoltre in grado di intercettare, prima e meglio di altri soggetti, nuove tendenze e innovativi stimoli, requisito oggi fondamentale, in quanto il settore attraversa una fase rivoluzionaria che richiede un salto di qualità nella modalità di fare impresa.

Usando le parole del **Presidente della Rete Giovanni Greco**, "dopo questi primi 7 anni di vita la Rete può affermare le grandi potenzialità che il mondo cooperativo italiano esprime: lasciata ormai alle spalle, e da parecchio tempo, l'idea del vino cooperativo come vino di massa, oggi la produzione cooperativa esprime un profilo etico del lavoro e un rapporto qualità-prezzo inattaccabile. Ciò rende le realtà cooperative da un lato altamente compatibili con le esigenze di spesa del consumatore medio, dall'altro capaci di valorizzare e divulgare l'eccellenza dei propri territori. La mission di The Wine Net continua ad essere quella di interpretare i valori della cooperazione rappresentando in modo identitario le aree di eccellenza che trovano espressione nella Rete".

Sinergie strategiche di The Wine Net

The Wine Net ha ormai una storia di diverse stagioni, nel corso delle quali ha confermato la propria efficacia come vero e proprio [strumento di programmazione condivisa](#), con attività comuni che vanno dalla comunicazione alla promozione, dall'attività commerciale al branding.

Le attività di The Wine Net



Attività di comunicazione

Attività di incoming

Eventi B2B in mercati specifici

Azioni commerciali condivise

Risorse commerciali comuni

Branding per linee di prodotto

Partecipazione congiunta a fiere
nazionali e internazionali

Per citare solo alcune tra le iniziative più recenti, sul fronte delle **sinergie commerciali** della Rete, è stata finalizzata una collaborazione con l'importatore rumeno Dionysos, per promuovere i valori condivisi della cooperazione italiana: il catalogo dell'importatore include quasi tutte le cantine aderenti a The Wine Net.

Sempre sul fronte **internazionale**, The Wine Net ha recentemente avviato una promettente sinergia con la Cité du Vin di Bordeaux, una delle capitali mondiali del vino. Nel mese di novembre la celebre location museale, che rappresenta uno dei musei più frequentati in Francia con oltre tre milioni di visitatori dal 2016, ha dedicato una sessione formativa sui vini italiani e su The Wine Net, per consentire allo staff del museo di presentare al meglio queste eccellenze ai futuri visitatori. Successivamente, nell'ambito dell'"after work" aperto a tutti i visitatori, The Wine Net è stata presentata attraverso una degustazione di vini italiani.

L'evento segna l'inizio di una **collaborazione triennale tra la Rete italiana The Wine Net e La Cité du Vin**, che prevede l'inclusione di una selezione dei migliori vini italiani di sole 12 cantine nella mostra permanente di questo prestigioso

museo. I visitatori hanno l'opportunità di degustarli, e le regioni rappresentate dalle aziende che fanno parte di The Wine Net possono essere promosse anche come destinazioni turistiche.

Ma la forza che deriva dall'unione non si esprime soltanto a livello di strategie di promozione e di commercializzazione.

Sul **fronte produttivo**, in un momento così sfidante per la produzione vitivinicola, la cooperazione rappresenta un grande punto di forza anche sotto l'aspetto delle strategie di gestione del vigneto. La diversità di terroir che viene sintetizzata in una realtà cooperativa permette infatti, in annate climaticamente difficili, di avere in mano una tavolozza di materie prime anche molto diverse tra loro, che a livello enologico possono fare la differenza tra un prodotto che subisce le condizioni climatiche e un risultato che viene indirizzato verso la qualità desiderata. Una produzione puntiforme, come quella della maggior parte delle aziende private, si difende con più difficoltà dal cambiamento climatico, rispetto a una produzione diffusa.

I valori della vera cooperazione insegnano che “nessuno si salva da solo” e quando si riesce a fare fronte comune di fronte a difficoltà esogene come quelle climatiche, si dimostra che l'azienda cooperativa dispone di opportunità davvero irripetibili.

Punti chiave:

1. Rete tra le cooperative italiane
2. Promozione e identità territoriale
3. Collaborazioni internazionali strategiche
4. Valori della cooperazione

