Francesco Allegrini: “È la cultura che fa la differenza, non la dimensione”

scritto da Fabio Piccoli | 2 Dicembre 2025



Francesco Allegrini propone un modello innovativo per il vino italiano: verticalità flessibile attraverso affitti di vigneti e reti d’impresa, managerialità culturale e passaggio generazionale consapevole. Una visione che trasforma le difficoltà della Valpolicella in opportunità, modernizzando senza tradire l’identità territoriale.

Durante il convegno *“Il vino italiano nella tempesta perfetta: quali i modelli di business vincenti?”*, tenutosi a Verona il 14 novembre scorso, nel corso del quale Luca Castagnetti, direttore del Centro Studi Management DiVino di Studio Impresa, ha presentato l’analisi dei bilanci 2022–2024 di circa un migliaio di aziende vitivinicole italiane,

l’intervento di **Francesco Allegrini**, CEO e titolare di Allegrini, ha portato una voce diversa, giovane e insieme sorprendentemente matura. Una testimonianza che ha colpito per la sua **trasparenza**, per la **lucidità** con cui legge il presente e per la **lungimiranza** con cui immagina il futuro dell’azienda e del settore.

Allegrini non nasconde le difficoltà: la sua azienda ha affrontato un passaggio generazionale improvviso e complesso, maturato proprio mentre la Valpolicella viveva una delle fasi più critiche degli ultimi anni. Il crollo dei consumi dei rossi e, in particolare, dell’Amarone – il vino simbolo del territorio – ha modificato non solo i volumi, ma soprattutto la struttura del margine. Il quadro è difficile, eppure Allegrini sceglie di guardarlo negli occhi, senza attenuanti e senza scorciatoie.

A colpire è soprattutto la sua visione: **non subire il mercato, ma adattarsi, trasformarsi, anticiparlo**. Invece di irrigidire le posizioni difensive, propone un approccio innovativo: rendere più “leggera” un’azienda storicamente molto “strong”, verticalmente integra, ricca di asset produttivi e profondamente radicata nel suo territorio. Come? Attraverso strumenti moderni come l’affitto dei vigneti, le reti di impresa, la condivisione di strutture produttive come i centri di appassimento, fino all’affitto di rami d’azienda. Una strategia che permette di **crescere senza appesantire** ulteriormente la struttura finanziaria.

Allegrini ribalta così un paradigma radicato: verticalità non significa immobilità. Esiste un modo nuovo di essere verticali, più intelligente, elastico e calibrato sui segnali del mercato. Un modo che tutela il terroir, ma allo stesso tempo apre spazio all’innovazione e all’evoluzione.

Altro punto decisivo del suo intervento è la riflessione sulla **managerialità**. Non come moda o come imposizione esterna, ma come necessità culturale. Il vero nodo, secondo Allegrini, non

è la dimensione dell’azienda, bensì la capacità dell’imprenditore – e della famiglia – di aprirsi a competenze nuove, di accogliere professionalità, di uscire dalla comfort zone dei modelli gestionali del passato. Una sfida che implica coraggio, autocritica e anche la lucidità – quando serve – di scegliere chi, all’interno della famiglia, è davvero in grado di guidare il futuro dell’impresa.

È una visione che non spaventa la tradizione, ma la rinnova. Che non cancella il passato, ma lo porta avanti con strumenti diversi. Una visione che racconta una generazione pronta a prendersi responsabilità enormi – spesso in tempi difficili – e capace di farlo con un’autorevolezza silenziosa, non proclamata.

L’intervento di Francesco Allegrini è stato così uno dei segnali più incoraggianti emersi dal convegno: la dimostrazione che **i cambi generazionali, quando accompagnati da coraggio e consapevolezza, non sono un rischio ma un valore**. Sono, anzi, una fonte di visioni nuove, oggi indispensabili per affrontare mercati più complessi, dinamiche globali e mutamenti culturali profondi.

Una ventata d’aria fresca, chiara e responsabile, che lascia intravedere un futuro dove il vino italiano può evolvere senza tradirsi, crescere senza snaturarsi e competere senza perdere autenticità.

Punti chiave

1. **Verticalità flessibile e innovativa**: Allegrini propone affitti di vigneti, reti d’impresa e condivisione di strutture produttive per crescere senza appesantire la struttura finanziaria.
2. **Managerialità come necessità culturale**: il vero

cambiamento richiede apertura a competenze esterne e capacità di rinnovare i modelli gestionali familiari tradizionali.

3. **Passaggio generazionale come opportunità**: affrontato durante la crisi dell’Amarone, diventa fonte di visioni nuove indispensabili per mercati complessi e dinamiche globali.
4. **Adattamento strategico al mercato**: non subire la crisi dei consumi dei rossi ma trasformarla in occasione di ripensamento strutturale e organizzativo.
5. **Evoluzione senza snaturamento**: una strategia che tutela terroir e autenticità permettendo innovazione, crescita e competitività sui mercati internazionali.