Marilisa Allegrini: il futuro del vino non può diventare un gioco da vecchi

scritto da Agnese Ceschi | 13 Febbraio 2024



Marilisa Allegrini guarda al futuro. Lo fa con la stessa determinazione e coraggio con cui a 26 anni ha afferrato una valigia per affrontare il mondo e rendere celebre il vino prodotto dal padre nell'azienda di Fumane di Valpolicella. Oggi con il supporto delle due figlie, Carlotta e Caterina, è conscia di voler andare oltre l'ultimo periodo, dove la recente divisione degli asset aziendali con i nipoti, figli dei fratelli Franco e Walter, ha monopolizzato la scena.

L'abbiamo raggiunta per parlare di futuro e comprendere dal suo osservatorio, fatto di 40 anni di esperienza sul campo, quali sono i trend da tenere in considerazione, i necessari cambiamenti e le sfide che il mondo del vino deve affrontare

oggi. Partendo dai giovani, i consumatori del futuro, perché il vino, come lei stessa ci ha detto, “non deve e non può diventare un gioco da vecchi”.

Si apre un nuovo corso nella sua vita e quella delle sue figlie dopo il recente riassetto proprietario. Cosa si porta dal passato?

Sono nel mondo del vino da 40 anni: ho conosciuto e vissuto i mercati, visto le dinamiche ed i trend cambiare. Diciamo che mi sento ormai quasi una memoria storica di questo mondo. Per questo motivo, dal passato mi porto un bagaglio di esperienza di grande valore e la volontà di dare continuità. Sicuramente, dopo le vicende note degli ultimi tempi, parte una nuova fase, che però io non definisco in discontinuità con la precedente.

Quali obiettivi si è posta per i prossimi anni?

Le nostre aziende, che io e le mie figlie portiamo avanti, Poggio Al Tesoro a Bolgheri, San Polo a Montalcino, Villa Della Torre a Fumane in Valpolicella, esistono ormai da tempo e vorremmo continuare a costruire in linea con quello che abbiamo fatto fino ad oggi. Ho la ferma volontà di portare avanti le partnership, le consulenze con le persone che mi sono state vicine in questi anni, relazioni fatte di rapporti umani, amicizia e rispetto reciproco. Questo darà ulteriore sviluppo alle aziende e la conoscenza e la competenza che chi inizia da zero non può avere.

Villa Della Torre diventerà il suo headquarter?

Ogni sede avrà il suo personale biglietto da visita come struttura ricettiva. A Verona abbiamo a disposizione Villa Della Torre che è uno dei monumenti più importanti del Rinascimento italiano e per questo gran parte del progetto di ospitalità si concentrerà qui. Di contro, le altre due strutture che sono in Toscana, pur non avendo lo stesso prestigio storico culturale, sono in un’area geografica che

attrae molti visitatori. Cercheremo di costruire un triangolo dell’ospitalità: Bolgheri, Montalcino e Valpolicella.

Ospitalità: come avete iniziato questa avventura?

Dall’acquisizione di Villa Della Torre abbiamo capito l’importanza di presentarsi ai visitatori nel migliore dei modi. Una villa di questo tipo è interessante dal punto di vista artistico, ma è circondata anche da un paesaggio incredibile, con una collina come quella della Fumana, dove è presente un microcosmo di biodiversità unico. Il tutto parte dal vino. Per me l’ospitalità è un valore assoluto: le persone devono sempre sentirsi accolte e gradite.



Marilisa con le figlie Carlotta e Caterina Mastella Allegrini

Come attrarre e coinvolgere i giovani, che stanno dimostrando di essere meno interessati al mondo del vino?

È vero che c’è un calo tra le giovani generazioni, ma i

giovani che bevono vino sono davvero appassionati e desiderosi di conoscere questo mondo. Penso che il modo migliore per attrarli sia proprio coinvolgerli e farli sentire parte di una realtà. Villa Della Torre ci aiuta a fare questo, perché racchiude aspetti artistici, paesaggistici, ambientali ed enogastronomici… I giovani sono attratti da questo tipo di esperienze, perché permettono di toccare con mano la cura che mettiamo nel produrre i nostri vini e chi siamo. Abbinato a questo ci deve essere la bravura nel comunicare attraverso un linguaggio e dei canali a loro familiari, come il mondo social, che a mio avviso deve mirare all'essenza delle cose. Inoltre dobbiamo spiegare loro, facendo formazione, cosa c'è dietro ad un bicchiere di vino.

Abbiamo capito che la cultura del vino è cambiata rispetto al passato. Come fare a far fronte a tale cambiamento?

Prima di tutto dobbiamo saper leggere il comportamento dei nuovi consumatori. Non possiamo negare che ci sono in atto cambiamenti fondamentali e noi produttori non dobbiamo permettere che il vino diventi un gioco da anziani.

Qual è il sentiment che percepisce dai suoi contatti in giro per il mondo?

C'è una forte preoccupazione anche generata da una criminalizzazione verso il vino, a mio avviso assolutamente insensata. Il vino è convivialità, cultura, allegria. Come ha detto Papa Francesco quando siamo andati a fargli visita di recente con una delegazione veronese: "Il vino è un dono di Dio". Dobbiamo solo imparare a comunicarlo e consumarlo nel modo corretto.

A proposito di mercati, qual è il suo punto di vista in questo momento?

Dividerei tra mercati maturi, come Europa e Nord America, che sono in una fase di stallo e dunque ci dobbiamo aspettare

stabilizzazione dei consumi, dove pagherà sempre di più la qualità. Nei mercati asiatici c'è sicuramente un crescita ipotetica, data dal fatto che il consumo pro capite è ancora molto basse e dunque probabilità di sviluppo futuro. Non vedo altri miracoli all'orizzonte dal punto di vista dei consumi.

Cosa ne pensa dei vini da collezione ed investimento?

Sono assolutamente favorevole. Da quando ho investito nelle aziende toscane ho iniziato a mettere da parte ogni anno vini che si prestano all'invecchiamento e costruito una Library di Brunello, rossi di Bolgheri, e il nostro bianco Solo Sole. Questo è un plus che offriamo ai nostri clienti.

Cosa vede nel futuro? Un sogno da realizzare…

Per il futuro delle mie aziende desidero di continuare a consolidare portando la mia esperienza, unita alle mie figlie, che possano portare aria nuova e un approccio più attento alle nuove generazioni. Per me stessa, invece, ho un grande desiderio: essere un Mentore, raccontare la mia esperienza ai giovani e regalare loro il mio bagaglio di conoscenze, visione dei mercati, abilità…

Da donna del vino, che ha iniziato in un momento in cui questo mondo era primariamente maschile, qual è la sua visione rispetto alla figura femminile?

C'è voluto coraggio. A 26 anni sono partita con una valigia per conoscere i mercati del mondo. Io sono stata fortunata perché mio padre non mi ha mai fatto sentire discriminata in quanto donna in mezzo ai miei fratelli maschi. Però mi rendo conto che c'è ancora molta strada da fare perché noi donne ci affranchiamo da certi preconcetti e ci sentiamo libere di esprimere al meglio le nostre doti.