

La Castellani modello di studio per l'internazionalizzazione della qualità toscana



“Piani di marketing internazionale”, questo il titolo del progetto pilota per il marketing internazionale voluto dalla Regione e da Toscana Promozione per futuri progetti di internazionalizzazione delle qualità dei nostri territori, che ha visto l’azienda Castellani, tra i dieci casi di studio – unica realtà vinicola – che aiuteranno le imprese a sviluppare le proprie azioni all’estero. Un’importante riconoscimento per l’azienda pontederese che segue uno storico ben definito da un decennio. Infatti, già nel 2001, uno studio del Sole 24 Ore aveva inserito la cantina di Pontedera tra le 27 aziende più performative e capaci di creare valore nel settore italiano delle bevande, dato rafforzato negli ultimi anni dagli studi (tra cui Mario Zambetti, Made in vini & Cantine) che vedono la Castellani stabilmente tra le Top 10 italiane del vino in compagnia di mostri sacri del panorama vinicolo nazionale.

«Grazie a questi risultati – spiega il responsabile commerciale, Piergiorgio Castellani - ed al grande impegno dimostrato dalla nostra Famiglia nel promuovere il nostro territorio in tutto il mondo, abbiamo ottenuto il supporto ed il contributo dell’agenzia regionale Toscana Promozione che ci ha inserito in questo progetto».

I risultati ottenuti dall’azienda e la capacità di essere un modello per altre imprese sono stati evidenziati anche da MeA Consulting, la società di consulenza strategica e direzionale a cui Toscana Promozione ha affidato lo sviluppo del progetto.

«Il nostro team - ha affermato il manager di MeA Consulting, Francesco Aimi, responsabile del progetto - ha trovato in Castellani un partner ideale per la costruzione di un piano strategico e operativo strutturato e armonico, rivolto in particolare all'orizzonte internazionale. Un'azienda di grande esperienza nel mercato estero, che vuole rafforzare la propria presenza in un'ottica di lungo periodo: Castellani ben rappresenta la toscانيتà, fondata sull'autenticità dei valori del territorio e

sempre attenta, al contempo, a prendere parte e dialogare con il mercato globale».

Il programma messo a punto in collaborazione con Toscana Promozione ha consentito all'azienda di presentarsi ai vari appuntamenti commerciali del nuovo anno con l'obiettivo di rafforzare in modo strategico il marchio Castellani, non solo sui mercati dove è già diffuso - Europa e Nordamerica -, ma soprattutto verso la cosiddetta area BRIC (Brasile, Russia, India e Cina) nei quali l'azienda ha avuto crescite importanti.

«Consolidare il mercato ed ampliarlo nei paesi emergenti – dice Castellani - significa, nelle intenzioni dell'azienda, consolidare l'immagine di azienda tradizionale toscana con profonde radici nel nostro territorio». Un 2010 di grande impegno, quindi, per la Castellani, realtà vinicola di 100 ettari di vigneto specializzato in produzione nei comuni della Valdera (Pontedera, Crespina, Lari, Terricciola), con tre cantine di vinificazione ed imbottigliamento, più di 80 dipendenti ed un resort agriturismo a Crespina, dove ogni anno accogliamo centinaia di turisti e clienti desiderosi di conoscere meglio la realtà delle Colline Pisane. «Abbiamo accettato con grande entusiasmo questo nuovo ruolo ufficiale di ambasciatori del "made in Tuscany" nel mondo – conclude Piergiorgio Castellani - e faremo tutto il possibile per promuovere anche le Colline Pisane e la Valdera, zona così ricca di eccellenze agroalimentari e dove oggi si vive un importante fermento anche nel settore vitivinicolo confermato dai grandi investimenti che aziende primarie di altre regioni stanno facendo proprio nelle nostre colline».

fonte: EUPOSIA, la rivista del vino