

Tortoreto. UNITI SI VINCONO LE SFIDE DI MERCATO GEMELLAGGIO TRA DUE AZIENDE ABRUZZESI

UNITI SI VINCONO LE SFIDE DI MERCATO

GEMELLAGGIO TRA DUE AZIENDE ABRUZZESI



da sinistra Massimo Lanciotti e Gianni Di Carlo.

Nasce in Abruzzo un gemellaggio economico tra due importanti aziende: Lanciotti Distribuzione di Tortoreto e Agriverde di Ortona. Questa nuova sfida unisce il desiderio di due famiglie di continuare a promuovere il proprio territorio attraverso l'eccellenza vitivinicola della Regione. Saranno organizzati corsi rivolti a venditori ed esercenti, con l'obiettivo di formare figure professionali esperte nell'amministrazione e nella gestione delle iniziative imprenditoriali connesse al settore vitivinicolo, e corsi destinati al consumatore finale, per far apprendere l'arte del bere il vino. Un esempio da seguire per contrastare la crisi economica in atto. Il settore agricolo, in particolare quello abruzzese, ha potenzialità inesprese; ci sono notevoli margini di crescita che possono dare soddisfazione alle giovani generazioni, valorizzando quella che per anni è stata dichiarata, ed attualmente codificata, come Regione Verde d'Europa 2.0.

Abbiamo intervistato i principali artefici di questo gemellaggio: Massimo Lanciotti e Gianni Di Carlo.

Massimo Lanciotti - "Lanciotti Distribuzione"

Come nasce l'idea di questo gemellaggio?

Lo spirito dell'azienda Lanciotti Distribuzione è quello di percorrere la strada della ricerca di prodotti e di partners di qualità. Quando ho incontrato Gianni di Carlo dell'azienda Agriverde, ho avuto la consapevolezza di avere di fronte a me un interlocutore con cui poter condividere la mia stessa visione del mercato.

Quali sono gli obiettivi che intende perseguire?

Un percorso di formazione per tutti coloro che desiderano conoscere il vino in tutte le sue sfumature di qualità. Il nostro obiettivo primario, anche se difficile in questo particolare momento storico, non sarà solo quello di vendere del buon vino (quale azienda di distribuzione) ma quello di trasmettere la filosofia della conoscenza del vino, non solo agli esercenti dei punti vendita, ma anche ai consumatori finali. Infatti, insieme alla cantina Agriverde, organizzeremo dei percorsi di formazione e degustazione dove lo scopo principale sarà quello di valorizzare la bottiglia (per conoscere il vino dalla nascita al momento del suo posizionamento sulla tavola).

Gianni Di Carlo - "Agriverde"

La denominazione Agriverde fa pensare ad un'azienda agrituristica inserita nel verde, invece....

Agriverde, cioè agricoltura verde, per cui agricoltura nel rispetto dell'ambiente, dell'uomo, del pianeta. Un agricoltura fatta di storia, ricerca e innovazione.

Quali son le peculiarità della sua azienda?

Produrre vini che appaghino non solo l'olfatto, la vista e il piacere gustativo, ma garantiscano il benessere di chi lo degusta, con la consapevolezza di non ingerire prodotti chimici di sintesi; soddisfare il piacere e le necessità di ogni consumatore di qualsiasi età e fascia sociale; aver realizzato un centro aziendale con i principi della bioarchitettura: Agriverde è stata la prima cantina in Europa.

Il periodo economico non è propizio, ma ci sono alcune realtà come e la sua che riesce a crescere. Qual è la ricetta?

La ricetta è quella di avere una strategia e un obiettivo commerciale delineato e trasparente dove il brand è il faro dei nostri collaboratori e dei nostri clienti, che vogliono essere sempre più consapevoli di ciò che consumano. Non a caso, la nostra azienda è quotidianamente disponibile ad accogliere visitatori, anche senza preavviso.