

Allegrini Wines e Iulm insieme per formare i comunicatori del vino di domani

2025-04-02 10:43:11 di Luca Sessa

URL:<https://forbes.it/2025/04/02/allegrini-iulm-insieme-formare-comunicatori-vino/>

Ribadire il proprio impegno per la formazione delle nuove generazioni e la valorizzazione della cultura del vino, annunciando una partnership biennale con l'università **Iulm** di Milano e, nello specifico, il master di primo livello in food & wine communication, diretto da Vincenzo Russo, parte dell'offerta di Iulm Communication School. È la scelta di **Allegrini Wines**, azienda nata nel 2024 che promuove, distribuisce e coordina le diverse realtà vitivinicole della famiglia Allegrini, di proprietà dei fratelli Francesco, Giovanni e Matteo e della cugina Silvia, eredi di una tradizione ultracentenaria. Al centro dell'attività c'è sempre Allegrini, storico marchio che porta i vini della Valpolicella in tutto il mondo e che si tramanda dal 1854.

Il progetto di Allegrini Wines e Iulm

L'obiettivo della nuova collaborazione è ambizioso: promuovere una visione innovativa e contemporanea del mondo del vino, in sintonia con le esigenze delle nuove generazioni. "La partnership con Iulm rappresenta la concretizzazione della nostra visione aziendale: mettere al centro la formazione e il coinvolgimento dei giovani per costruire insieme il futuro del vino", ha detto **Francesco Allegrini**, ceo di Allegrini Wines. "Questo progetto incarna i valori fondamentali della nostra governance, che punta a ispirare un settore più aperto e sostenibile, promuovendo al contempo la cultura e la convivialità del vino". L'iniziativa vedrà gli studenti del master impegnati, per il primo anno, nello sviluppo di proposte per comunicare **Corte Giara**, il brand di Allegrini pensato per interpretare le evoluzioni del mercato. "Coinvolgere i giovani nel processo comunicativo è fondamentale per avvicinare nuovi consumatori a un mondo, come quello del vino, spesso percepito come vecchio o distante", ha aggiunto Allegrini. "I giovani non solo portano un linguaggio fresco e autentico, ma sono anche in grado di interpretare i valori del vino attraverso i codici della contemporaneità: dai social media ai contenuti digitali, dal design alla sostenibilità. In questo modo il vino torna a essere un racconto vivo, inclusivo, capace di dialogare con le nuove generazioni senza perdere la propria identità. È una sfida culturale che noi di Allegrini accogliamo con entusiasmo, anche sostenendo progetti formativi come il master food & wine allo Iulm, dove il futuro del settore si costruisce anche attraverso nuove forme di narrazione".

Un nuovo modo di comunicare

"Abbiamo scelto di collaborare con Iulm perché rappresenta un luogo d'eccellenza dove accademia e professionisti si incontrano, creando le basi per una crescita reciproca", ha dichiarato **Roberta Surini**, marketing & communication director di Allegrini Wines. "Come ex studentessa Iulm, so quanto sia centrale questo ambiente nel formare talenti capaci di affrontare con creatività le sfide del settore. Il marketing e la comunicazione sono strumenti chiave per connettere il vino ai consumatori del futuro e questo progetto rispecchia il nostro impegno verso un dialogo che unisce tradizione e innovazione". Nel corso della presentazione gli studenti sono stati divisi in cinque gruppi, ciascuno dei quali ha simulato le attività di una vera e propria agenzia di consulenza marketing, suddividendosi i ruoli (account, copy, social, creatività). "L'obiettivo era offrire un'esperienza immersiva e realistica, in grado di mettere in luce competenze trasversali e approcci strategici. I criteri di valutazione che abbiamo adottato per selezionare il progetto vincitore della borsa di studio sono stati molteplici e strutturati. In particolare, abbiamo considerato:

esposizione, analisi propedeutica, analisi Swot (valutazione della capacità di identificare punti di forza, debolezza, opportunità e minacce), web site, creatività, fattibilità e aderenza al budget, comunicazione e la capacità di ideare eventi promozionali efficaci e coerenti con l'identità aziendale. Siamo rimasti sinceramente colpiti dalla qualità dei lavori presentati e dal talento di molti dei ragazzi coinvolti. Come azienda, abbiamo seriamente riflettuto sull'opportunità di inserire alcune di queste giovani risorse all'interno del nostro team: abbiamo individuato profili davvero interessanti, che riteniamo potrebbero contribuire concretamente all'innovazione e alla crescita di Allegrini Wines nel momento in cui sarà necessario implementare l'organico. Abbiamo capito infatti che promuovere questo tipo d'iniziativa, ci permettere di sviluppare il terreno per far crescere la cultura del vino e trovare collaborazioni importanti". Allegrini Wines vuole rafforzare così il suo ruolo di protagonista dell'innovazione, promuovendo un dialogo con i consumatori di domani e sostenendo una crescita basata sulla condivisione dei saperi. "I giovani stanno affrontando uno dei problemi più complicati, ovvero confrontarsi nel passaggio generazionale con approcci alla comunicazione ancora troppo tradizionali e superati", ha commentato **Vincenzo Russo**, direttore scientifico Iulm Milano. "Innovazione, tecnologie, esperienze sensoriali ed enoturismo sono per loro i trend più forti su cui lavorare, ma che spesso impattano contro un approccio che difficilmente comprende il valore aggiunto di questi nuovi modi di affrontare il mondo vitivinicolo. Per fortuna la loro capacità creativa è l'abilità ad affrontare i mercati, anche quelli più tradizionali, con un approccio innovativo e fresco sono elementi che potranno garantire il successo in futuro, anche considerando la complessità degli elementi critici che il mercato enologico sta subendo in questi ultimi mesi". **LEGGI ANCHE:** [*Dal rinnovo della struttura manageriale all'aumento degli investimenti: il nuovo corso di Allegrini Wines*](#)