

di Pierluigi Cremona



La famiglia Caleffi: Davide ed Emanuele coi figli Mattia e Giacomo

Cantine Caleffi fuoriclasse dell'internazionalizzazione

ALLA CONQUISTA DEL MONDO
Mattia Caleffi: «L'ingresso in un nuovo mercato è il risultato di un processo mirato fatto analisi e relazioni»

Dal cuore del territorio casalasco a punto di riferimento nel mondo del vino in pochi anni. Cantina Caleffi - che ha la sua sede a Spineda - ha saputo distinguersi come esempio di eccellenza nel panorama vinicolo internazionale, costruendo una strategia di internazionalizzazione che non solo risponde alle sfide di un mercato in continua evoluzione, ma le anticipa con una visione lungimirante. Con radici saldamente ancorate alle terre tra Cremona e Mantova, l'azienda gestita dalla fa-

miglia Caleffi - Davide ed Emanuele Caleffi e i figli Mattia e Giacomo - ha trasformato il proprio patrimonio culturale in un asset strategico per competere nei mercati internazionali più complessi e sofisticati. In un territorio dove la coltivazione dei vitigni non è una delle attività principali del mondo agricolo, Caleffi ha saputo partire in punta di piedi e ritagliarsi via via sempre maggior credibilità nel mondo vitivinicolo. Dal cru dei vitigni autoctoni nascono vini naturali, ottenuti vinificando le uve di Malvasia di Candia e Lambrusco mediante metodo ancestrale e classico, ai quali affianca il Cabernet Sauvignon. La strada verso l'eccellenza ha portato i vini ad essere scelti da prestigiosi ristoranti della guida Michelin, accompagnando le più raffinate espressioni del talento enogastronomico. Forbes Italia ha riconosciuto l'azienda come 'ambasciatrice dell'eccellenza e dello stile italiano', rafforzandone il posizionamento tra i leader globali del settore vinicolo, inserendola tra le 100 eccellenze italiane del 2024. «L'internazionalizzazione è un processo sistematico di creazione di valore a lungo termine che richiede una pia-



'Forbes Italia' ha riconosciuto l'azienda come 'ambasciatrice dell'eccellenza e dello stile italiano', certificandola tra i leader globali del settore vinicolo

nificazione meticolosa e una capacità di adattamento ai diversi ecosistemi di mercato. Non si tratta di ampliare la distribuzione, ma di costruire reti di valore che creino un impatto sostenibile nel lungo termine», sottolinea Mattia Caleffi, che guida l'azienda dopo un passato nel settore dell'automotive tra Lamborghini e Stellantis, una solida esperienza professionale all'estero dopo la laurea al Politecnico di Milano. Questo approccio si allinea alle strategie di crescita che privilegiano la creazione di valore duraturo attraverso analisi approfondite delle dinamiche locali, la costruzione di relazioni autentiche e una visione chiara delle opportunità globali. L'espansione internazionale della cantina è stata orchestrata con un approccio basato su rigorose analisi di mercato e una selezione strategica delle partnership locali. «La nostra strategia si fonda su una comprensione profonda delle aspettative dei consumatori e sulla capacità di affrontare le complessità normative, logistiche e culturali che ogni mercato presenta. Ogni ingresso in un nuovo mercato è il risultato di un processo consapevole e mi-

«Non offriamo solo un prodotto ma creiamo un ecosistema che collega produttori, distributori e consumatori attraverso una rete di fiducia e valore»

rato». Un pilastro fondamentale della strategia commerciale è rappresentato dalla partecipazione a eventi internazionali di prestigio. «Questi eventi non solo rafforzano la visibilità del nostro brand, ma rappresentano piattaforme essenziali per consolidare relazioni con i principali decisori globali», prosegue Mattia. La partecipazione a iniziative con partner di rilievo in Nord America, Asia e Medio Oriente ha ulteriormente consolidato il posizionamento esclusivo della cantina. Tra gli eventi più importanti recenti la Festa della Repubblica organizzata dall'ambasciata italiana in Oman, il Longines Global Champions Tour a Saint Tropez, la Mostra del cinema di Venezia del 2024, il Private banking awards 2024 a Milano e la presenza sull'Amerigo Vespucci, il veliero della Marina Italiana in tour mondiale.

«La nostra strategia non punta alla scala, ma alla profondità delle connessioni create. Ogni mercato conquistato è il risultato di un approccio che privilegia la qualità delle relazioni e una valorizzazione condivisa del prodotto». Le analisi globali mostrano una crescita continua del segmento premium, trainata da una domanda crescente per vini che uniscono autenticità, narrazione culturale e sostenibilità. Cantina Caleffi ha saputo posizionarsi come una scelta naturale per i consumatori più esigenti. «Non offriamo semplicemente un prodotto: creiamo un ecosistema che collega produttori, distributori e consumatori attraverso una rete di fiducia e valore».

La digitalizzazione ha rappresentato un acceleratore cruciale nella strategia di Cantina Caleffi, consentendo di instaurare un dialogo diretto e personalizzato con una clientela globale. «Le tecnologie digitali non solo amplificano il nostro messaggio, ma ci permettono di comprendere meglio le esigenze di un pubblico diversificato e culturalmente ricettivo, rafforzando la fidelizzazione e l'engagement». Guardando al futuro, Cantina Caleffi continua a investire in innovazione, sostenibilità e nello sviluppo di reti globali di valore. «Ogni decisione che prendiamo è guidata da un'analisi rigorosa e da una visione strategica orientata alla creazione di un impatto duraturo. La nostra ambizione è quella di allinearci sempre più gli standard di eccellenza nel mercato vinicolo globale», conclude Mattia. In un panorama sempre più competitivo, l'azienda rappresenta un esempio di come tradizione e innovazione possano integrarsi per plasmare il futuro dell'internazionalizzazione.