

ALL'ESTERO. L'azienda di Gussago si allea con il colosso Castle Brands

Distillerie Franciacorta maxi accordo per gli Usa

Intesa per distribuire
«Amaretto Gozio» e grappa
«La Corte»: un business
di 20 mln di dollari in 5 anni

Claudio Andrizzi

Sbarca negli Usa l'amaretto «made in Bs» prodotto da Distillerie Franciacorta: nei giorni scorsi l'azienda - guidata dai fratelli Giuliano, Antonio e Luigi Gozio - ha siglato a New York un accordo di distribuzione esclusiva con il colosso Castle Brands, società nordamericana quotata al Nyse. L'intesa riguarderà anche la grappa «La Corte», altro marchio di spicco nel portafoglio dell'azienda di Gussago: l'obiettivo di vendita per il prossi-

mo quinquennio è superiore al milione di bottiglie, per un giro d'affari stimato intorno ai 20 milioni di dollari.

«Crediamo sia il momento giusto per rispondere alla domanda dei consumatori americani di un liquore super premium - ha detto John Glover, chief operating officer di Castle Brands Inc -. Siamo convinti che, con le sue caratteristiche uniche, e la sua bellissima confezione, "Amaretto Gozio", sia la referenza adatta per soddisfare le esigenze del mercato». Soddisfatto anche Mauro Piliu, direttore export della società franciacortina. «Crediamo davvero che Castle Brands, con la sua rete capillare e la perfetta organizzazione marketing, sia perfetta per collocare i nostri prodotti sul mer-

cato Usa. La partnership, che ci vedrà operare a stretto contatto, contribuirà a rendere ancora più vivace la nostra azione sui mercati esteri nei prossimi anni».

Con sessanta dipendenti che arrivano a 75 considerando i subordinati stagionali, Distillerie Franciacorta vanta una rete commerciale di oltre 100 collaboratori distribuiti in tutto il Paese. L'azienda ha archiviato il 2011 con un fatturato di 27 milioni, in linea con le performance dell'esercizio precedente. L'export rappresenta già una quota del 15% sul giro d'affari totale, grazie a un mix di prodotti, spediti in oltre 50 Paesi del mondo, che vede al primo posto proprio l'Amaretto con una quota del 37%, seguito dalle grappe



Veduta esterna della sede della Distillerie Franciacorta a Gussago

(23%), dal limoncello «Lemonel» (20%) e da un restante 20% suddiviso tra sambuca *Latinae*, liquirizia *Eclisse*, brandy e altri liquori tipici italiani. Sul mercato interno, invece, il core business è la grappa, prodotta prevalentemente dalla distillazione di vinacce di uve del territorio.

Particolarmente apprezzato all'estero, l'«Amaretto Gozio»

rappresenta tuttavia solo il 5% del business di Distillerie Franciacorta in Italia: è ottenuto da mandorle delle migliori cultivar, provenienti da quattro continenti e lasciate in infusione per almeno 60 giorni; viene proposto in un packaging caratterizzato da un design particolarmente moderno ed innovativo. †

© RIPRODUZIONE RISERVATA