



Master Bologna Business School «sceglie» Monte delle Vigne

L'azienda verrà analizzata come case history dalla scuola di alta formazione manageriale. Ferrari: «Premiata la costante ricerca della qualità che ci è riconosciuta»

VITTORIO ROTOLO

■ Nasce in un territorio come quello di Parma che ha una fortissima vocazione legata ad altre produzioni agroalimentari, ma non a quella vinicola. Eppure Monte delle Vigne ha saputo, nel tempo, crescere ed affermarsi sui mercati, coniugando tradizione, innovazione e ricerca. Una «case history» di successo, quella dell'azienda di Ozzano Tarò, scelta da Bologna Business School, scuola di alta formazione manageriale, come un'eccellenza da analizzare, per accrescere le competenze dei futuri professionisti. I partecipanti al Master in Gestione d'Impresa-Indirizzo Food&Wine sono attualmente impegnati in un project work, coordinato dal docente Alberto Calugi ed el-

borato da Andrea Ferrari, fondatore ed amministratore di Monte delle Vigne.

«La nostra è un'azienda di prima generazione, che ha avuto la capacità di spingersi oltre rispetto a quelle che erano le modalità di produzione solitamente abbracciate in questo territorio» afferma Ferrari. «Abbiamo quindi cercato di creare veri progetti enologici che potessero avere performance di livello qualitativo superiore. Per Monte delle Vigne - prosegue Ferrari - allevare viti significa condurre operazioni mirate, avendo sempre ben presente il risultato che si intende ottenere. La costante ricerca della qualità è uno dei fattori che ha decretato il successo della nostra azienda, ormai

riconosciuto come dimostra l'attenzione di una struttura formativa di altissimo profilo, rappresentata da Bologna Business School». Prendendo spunto dalla dettagliata presentazione dell'attività di Monte delle Vigne, i parteci-

panti al Master in Gestione d'Impresa-Indirizzo Food&Wine saranno ora chiamati a sviluppare proficue strategie di marketing finalizzate a potenziare il posizionamento di un brand vinicolo che, pur distinguendosi per qualità, si trova al di fuori di determinate aree (Piemonte, Toscana e Veneto)

che, in questo ambito, hanno una tradizione più radicata. «Il gap - osserva Ferrari - può essere colmato individuando corrette modalità operative e

di comunicazione: il lavoro di questi giovani laureati, cui abbiamo cercato di fornire spunti ed elementi utili, sarà finalizzato proprio a questo. Per Monte delle Vigne, costruire un rapporto tra il mondo imprenditoriale e quello dell'alta formazione è fondamentale. La direzione è duplice: da un lato, promuovere sinergie; dall'altro, contribuire alla creazione di nuove figure specializzate». Il project work si concluderà a settembre, con la presentazione degli elaborati ed una visita ai vigneti ed alle cantine di Monte delle Vigne. «Da questo percorso ci aspettiamo molto - confida Ferrari - le nuove idee che emergeranno potranno dare una svolta al nostro modo di intendere la viticoltura e l'enologia e di affrontare i mercati».



OZZANO TARO La sede di Monte delle Vigne.