

## Il Polo del Gusto (Illy) stringe sulla scelta di un partner finanziario. E programma nuove acquisizioni

Precedente

Il Polo del Gusto (Illy) stringe sulla scelta di un partner finanziario. E programma nuove acquisizioni

RepartoGrafico 2022-01-19T10:48:01+01:00 19 Gennaio 2022 - 10:48 | Categorie: Dolci&Salati , Grocery , in evidenza , Mercato , Vini | Tag: Agrimontana , Andrea Macchione , Domori , illy , Mastrojanni , Pintaudi , Polo del Gusto , prestat , riccardo illy |

Trieste - Continua la ricerca di un partner finanziario da parte del Polo del Gusto. La sub-holding della famiglia Illy racchiude tutte le attività food&beverage del gruppo, caffè escluso. Include quindi il tè e gli infusi Daman, le società dolciarie Domori, Prestat e Pintaudi, le conserve Agrimontana e la cantina vinicola Mastrojanni, specializzata nella produzione di Brunello di Montalcino. La ricerca di un investitore che potesse rilevare una quota di minoranza del Gruppo (fra il 20 e il 40%) era iniziata lo scorso anno. Inizialmente erano circa 30 i fondi e le società interessate, ma come spiega a Italia Oggi Riccardo Illy, presidente del Polo del Gusto, la selezione è ora ristretta a quattro aspiranti partner: "Tanti investitori, di primo acchito, si erano entusiasmatisi, ma quando hanno capito che siamo un'azienda dove si producono tante cose hanno frenato. Alcuni si sono spaventati del vino, che non ha esattamente le logiche di un'azienda del manifatturiero. Però siamo contenti di poter negoziare con questi quattro soggetti". La selezione di un partner che possa far ricavare al Gruppo tra i 50 e i 100 milioni dovrebbe concludersi entro la prossima estate. Ancora top secret i nomi dei quattro papabili investitori, individuati per accelerare il processo di crescita del Polo del Gusto. Le risorse serviranno infatti per acquisire il controllo di un biscottificio e di una cantina di Barolo, il cui passaggio dovrebbe essere completato entro l'estate. Per finanziare la prima tranche di quest'ultima acquisizione, il Polo del Gusto utilizzerà le risorse a disposizione della cantina vinicola Mastrojanni. "Per quella finale - conclude Illy - utilizzeremo invece la cassa prodotta dalle altre imprese o le risorse del partner finanziario. Non escludo nemmeno il ricorso al debito: per una cantina del Barolo o di Montalcino non è difficile accendere un mutuo ipotecario".

In foto, da sinistra: Andrea Macchione e Riccardo Illy, rispettivamente Ad e presidente del Polo del Gusto.

WhatsApp



Scopri i cinque territori

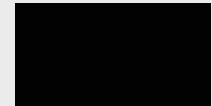
# Wine News

THE POCKET WINE WEB SITE IN ITALY



Giovedì 13 Gennaio 2022 - Aggiornato alle 09:49

ITALIA MONDO NON SOLO VINO **NEWSLETTER** LA CANTINA DI WINENEWS DICONO DI NOI WINENEWS TV



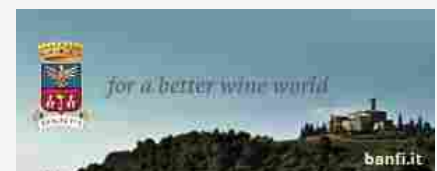
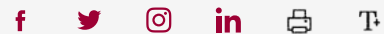
NON SOLO VINO  
ECCELLENZE E TECNOLOGIA

HOME > NON SOLO VINO

## Domori, Feudi di San Gregorio, Ferrari e Illycaffè: i "campioni" del digitale nel wine & food

I vincitori dell'"Altagamma Digital Awards 2021", firmato dalla Fondazione Altagamma e da Contactlab

MILANO, 13 GENNAIO 2022, ORE 09:49



Se mai ce ne fosse stato bisogno, questi due anni di pandemia, di limitazioni nei viaggi e negli incontri, hanno dimostrato una volta di più quanto gli strumenti digitali siano importanti per tutti, dai consumatori alle imprese. Comprese quelle che, in diversi settori, operano nel segmento dell'alta qualità e del lusso, come quelle riunite nella Fondazione Altagamma. **Che, a fine 2021, ha annunciato i vincitori dell'"Altagamma Digital Awards 2021", firmato dalla stessa fondazione e da**

**Contactlab, e dedicato alle migliori performance digitali per moda, gioielleria, design, ospitalità e alimentare. E, proprio in quest'ultimo settore, il premio è andato a Domori, celeberrimo brand del cioccolato che fa parte del "Polo del Gusto" del gruppo illy (e che comprende, tra gli altri, anche i vini di Mastrojanni, perla qualitativa del Brunello di Montalcino), per "l'ampia copertura e-commerce nel mondo, per la presenza sui social anche con e-shop, per la facilità di navigazione e l'efficacia del customer service".** Nell'Ospitalità, invece, il migliore è l'Hotel De Russie di Roma, del gruppo Rocco Forte Hotel, che "eccelle nel segmento ospitalità per l'internazionalizzazione del proprio sito (disponibile per le prenotazioni anche in russo, arabo e in cinese) e per la grande varietà di opzioni disponibili online durante la prenotazione del soggiorno". Ma non mancano le menzioni speciali, che premiano anche due grandi griffe del vino italiano. **Quella per la "Digital Strategic Reach nell'Alimentare", per esempio, a Feudi di San Gregorio, tra le realtà di riferimento del vino italiano, guidata da Antonio Capaldo, che "si distingue sull'asse della globalizzazione digitale per l'ampissima copertura e-commerce diretta nel mondo e per la presenza sui social anche con e-shop". Mentre quella per il "Merchandising" è andata a Ferrari, cantina di riferimento del Trentodoc, che "emerge nella categoria merchandising per l'ampia copertura e-commerce diretta nel mondo e per l'ampiezza del catalogo online, oltre che per la capacità di innovare online attraverso l'uso della gamification". E ancora, per la "Digital Customer Experience nell'Alimentare", la menzione speciale va a Illycaffé, realtà leader del caffè italiano, che "emerge nella sua categoria per la capacità di offrire un'esperienza omnicanale al consumatore attraverso una puntuale assistenza online, l'efficacia dello store finder, l'offerta di numerose opzioni di consegna e reso".**

Copyright © 2000/2022

