

G

MF
il quotidiano
dei mercati finanziari

LE
ICONE
DEL
XXI
SECOLO

gentleman

IL MENSILE PER GLI UOMINI CHE AMANO LA VITA

*Hotel Punta Tragara,
Capri, 1974.
L'immagine
è stata scattata
dal grande fotografo
Slim Aarons.*

ESTATE 2022

PIACERI REALI...

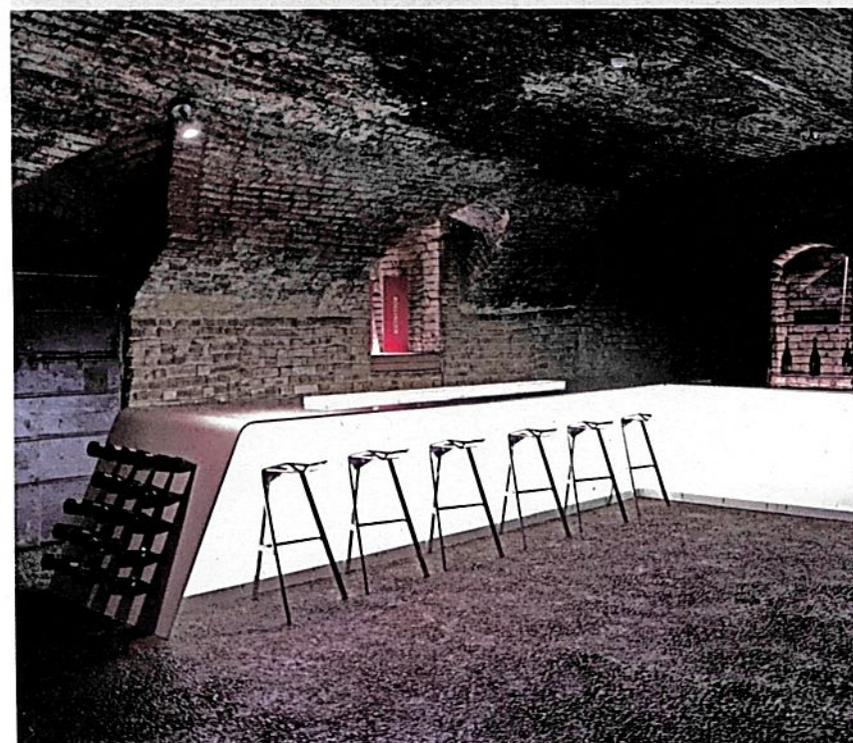
IL FASCINO INTRAMONTABILE DELL'ITALIAN
LIFESTYLE. DA SCOPRIRE ANCHE NEL METAVERSO



Gentleman for *Meregalli*

IL PREMIUM PREMIA

DA CINQUE GENERAZIONI NEL SETTORE, OGGI IL GRUPPO MEREGALLI È LEADER NELLA DISTRIBUZIONE DI VINO E SPIRITS CON CRESCITA A DOPPIA CIFRA E FATTURATO RECORD GRAZIE AD ACQUISIZIONI E SHOP ONLINE



Quinta generazione impegnata nel mondo del vino, Marcello Meregalli è alla guida della società monzese leader per la distribuzione di vino e spirits con crescita a doppia cifra e fatturato di 80,6 milioni di euro nel 2021. Numeri da record per festeggiare il passaggio a spa delle due società Giuseppe Meregalli e Meregalli Spirits a fine 2021. Un anno d'espansione per l'azienda nata nell'800 come mescolata di vino e poi rivendita all'ingrosso per arrivare negli anni 60 a prendere la forma che ha oggi sulle fondamenta del Convento della Monaca di Monza, resa immortale dal Manzoni. Uno sviluppo costante nella direzione già segnata delle acquisizioni e di consolidamento dei mercati esteri: Svizzera, Parigi e Principato di Monaco, dove la richiesta si concentra su prodotti di fascia medio-alta. La via dell'espansione porta soprattutto in vigna con l'acquisizione di quote nelle cantine partner per rin-

saldare il legame tra le parti. «Attualmente abbiamo quote in Franciacorta, Friuli, Toscana e Piemonte», racconta Corrado Mapelli, direttore generale e member of board di Gruppo Meregalli, «ed è uno schema che potremmo sviluppare anche in futuro. Il distributore deve essere consapevole degli aspetti produttivi e viceversa condividere tutti gli aspetti della filiera e le logiche del mercato, è il tipo di collaborazione che abbiamo coi nostri principali partner e solo così è possibile portare poi al cliente finale il servizio, il prodotto, che esige per poter essere competitivo». Al centro nella filosofia di Meregalli resta sempre il rapporto, in enoteca con il cliente diretto così come con i partner e la rete vendita del Gruppo competente e affidabile. «La qualità, oggi, è fondamentale», sottolinea Mapelli, «il consumatore è evoluto, consapevole ed esigente, oltre al prodotto cerca consulenza, affidabilità, professionalità, serietà, velocità e



Da sinistra, in senso orario, Marcello Meregalli (a destra) col direttore generale Corrado Mapelli, la tenuta Fertuna in Toscana, e tre dettagli della sede storica di Gruppo Meregalli che, dagli anni 60, sorge sulle fondamenta del Convento della Monaca di Monza.

precisione, in tutte le fasi di una trattativa, dalla selezione all'acquisto, dal consumo al back office».

La relazione è essenziale persino nell'acquisto online che, con il periodo di lockdown, ha avuto una crescita esponenziale. La virata digitale ha trovato il Gruppo Meregalli già pronto. «Abbiamo sempre investito in informatica e digitale», dice Mapelli, «e questa predisposizione si è rivelata ancora più fondamentale visti i cambiamenti che questi anni hanno portato al mercato». La pandemia ha cambiato il settore Horeca: ha dato slancio a un rapporto anche digitale coi professionisti del settore. E premiato i prodotti di fascia alta. Premium, come quelli di Meregalli.