

## LA SCOLCA LANCIA UNA PRIVATE LABEL PER NAUTICA CASAROLA

Giugno 11, 2020 / [Redazione James](#) / [News](#) / [Primo Piano](#) / [Wine](#)

C'è un feeling naturale tra **Chiara Soldati**, Francesca e **Monica Casarola**. Donne contemporanee, determinate, che lavorano, viaggiano e non si fermano mai. Molto legate alla famiglia, all'azienda e ovviamente al mare. *"Anche durante la crisi da Covid non ci siamo mai fermati e abbiamo soprattutto pensato a come passare rapidamente alla fase 2 e 3, quella del rilancio e della ripresa dopo lo stop forzato. Credo molto nel "sistema" Italia e nella necessità di fare squadra per competere meglio sui tutti i mercati. Per questo sono molto orgogliosa di questa collaborazione con Nautica Casarola, la più longeva struttura di vendita e assistenza nautica italiana, attiva dal 1964, grazie all'intuito e all'impegno costante del suo fondatore, Cesare Casarola, tutt'oggi alla guida dell'azienda affiancato dai figli Edoardo, Francesca e Monica "*, sottolinea Chiara Soldati.



*"Condividiamo con loro la stessa passione, il dinamismo, il rispetto della tradizione ma con lo sguardo rivolto sempre in avanti verso l'innovazione necessaria specialmente in questi tempi di nuove sfide ed opportunità. Siamo affascinati dalla storia centenaria dell'azienda La Scolca" sottolinea Francesca Casarola "che sentiamo molto vicina ai valori della nostra impresa e della nostra famiglia. Ci piace inoltre l'idea che i vini La Scolca siano conosciuti in tutto il mondo come perfetti per celebrare qualcosa di importante e irripetibile. Ecco perchè abbiamo pensato che la nostra wine partnership potesse essere adeguata per brindare con l'armatore alla stipula del contratto e al momento della consegna della barca: due momenti iconici e pieni di emozione, oltre ad accompagnare i momenti di relax dei nostri armatori".*



C'è poi l'idea del viaggio che accomuna i due brand e quella di offrire un'esperienza che va ben oltre il prodotto ai propri clienti ed ai loro ospiti.

Il **Valentino Gavi** di La Scolca diventa dunque per Nautica Casarola uno strumento di accoglienza e convivialità coerente con l'idea di bien vivre che entrambi i brand vogliono trasmettere alla propria comunità internazionale di appassionati.