

Dalla vigna al mare aperto, una private label griffata La Scolca per Nautica Casarola

La realtà di Chiara Soldati, nipote del grande giornalista Mario Soldati, insieme alla più antica struttura di vendita e assistenza nautica italiana

ALESSANDRIA, 09 GIUGNO 2020, ORE 14:02



Due brand storici tricolore insieme per affrontare le sfide post-Covid. La Scolca, realtà vitivinicola di Chiara Soldati (nipote di Mario Soldati, il grande giornalista e scrittore che in Rai ha inventato le strade dei sapori e del vino portandole per la prima volta sugli schermi degli italiani), lancia una private label per Nautica Casarola, la più longeva struttura di vendita e assistenza nautica italiana, fondata nel 1964 da Cesare Casarola, tutt'oggi alla guida dell'azienda affiancato dai figli Edoardo, Francesca e Monica.

“Con Nautica Casarola - spiega Chiara Soldati - condividiamo 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”. “I vini La Scolca, conosciuti in tutto il mondo (esporta in oltre 45 Paesi, ndr), sono perfetti per celebrare qualcosa di importante e irripetibile - aggiunge Francesca Casarola - ecco perché 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 così 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.