

INTERNATIONAL EDITION

THE UNIQUE

ISSUE N.10 - JUNE 2025



Label Ventures
“What matters next”

L'ANIMA d'Italia IN OGNI BICCHIERE

Passione, eleganza e radici profonde: Chiara Soldati ci guida in un viaggio tra vigne, storie di famiglia e il sogno di un'Italia che conquista il mondo con autenticità e bellezza.

Passion, elegance, and deep-rooted tradition: Chiara Soldati leads us on a journey through vineyards, family tales, and the dream of an Italy that captivates the world with authenticity and beauty.

Words: **Maurizio Gabriele**

Qual è, secondo lei, il ruolo dei vini italiani di alta gamma come quelli de La Scolca nel definire l'eccellenza italiana nel mondo?

I vini italiani di alta gamma, come quelli de La Scolca, hanno un ruolo fondamentale nel definire e rappresentare l'eccellenza italiana nel mondo. Non sono semplicemente prodotti enologici: sono espressioni autentiche della nostra cultura, della nostra storia e del nostro stile di vita. Portano con sé il valore del tempo, della terra, del saper fare e della continua ricerca della perfezione. Un vino come il Gavi dei Gavi racconta un territorio, ma anche una visione: quella di un'Italia che sa essere elegante, innovativa, coerente con le sue radici

e al tempo stesso capace di parlare al gusto internazionale. Questi vini sono ambasciatori del Made in Italy più raffinato, proprio come la moda, il design o l'arte: costruiscono relazioni, creano emozioni e rafforzano l'identità italiana sui mercati globali. Nel mondo, l'eccellenza italiana è sinonimo di qualità, autenticità e passione. I vini di alta gamma contribuiscono in modo decisivo a mantenere viva questa reputazione, grazie alla loro capacità di coniugare tradizione e contemporaneità. In un calice si racchiude un messaggio potente: l'Italia non è solo un luogo, è un'esperienza.

In un mercato globale sempre più competitivo, quali strategie ritiene fondamentali per



CHIARA SOLDATI



valorizzare e proteggere il Made in Italy nel settore vitivinicolo?

In un mercato globale sempre più competitivo, valorizzare e proteggere il Made in Italy nel settore vitivinicolo richiede una strategia integrata, che unisca qualità, identità e innovazione. La prima leva è la coerenza: occorre mantenere standard elevati lungo tutta la filiera, dal vigneto alla distribuzione, investendo su sostenibilità, tracciabilità e certificazioni che garantiscano autenticità e trasparenza. È inoltre fondamentale puntare sulla comunicazione del valore culturale del vino italiano, raccontando storie vere di territorio, famiglia e tradizione, ma con linguaggi contemporanei e strumenti digitali capaci di coinvolgere le nuove generazioni di consumatori. La narrazione deve saper coniugare heritage e visione, facendo leva sull'unicità dei vitigni autoctoni e sulla ricchezza dei territori. La protezione del Made in Italy passa anche dalla difesa giuridica delle denominazioni e dalla lotta alla contraffazione, promuovendo un presidio forte nei mercati chiave. Al tempo stesso, è strategico rafforzare le sinergie tra produttori, istituzioni e ambasciatori del gusto italiano nel mondo, per dare forza a un sistema-Paese coeso. Infine, occorre investire nell'ospitalità



e nel turismo del vino, trasformando le cantine in luoghi di esperienza e relazione, perché oggi il vero lusso è vivere l'autenticità. Solo così il Made in Italy enologico continuerà a distinguersi per prestigio, valore e riconoscibilità globale.

Quale ruolo hanno le wine experiences nella promozione del territorio e della cultura italiana, e come La Scolca interpreta questo strumento per raccontare il proprio brand?

Le wine experiences hanno un ruolo centrale nella promozione del territorio e della cultura italiana. Non si tratta solo di degustazioni: sono veri e propri viaggi sensoriali che connettono il visitatore alla storia, alla bellezza paesaggistica, all'arte di vivere e al valore umano che caratterizzano l'Italia. Attraverso l'esperienza diretta in cantina, il vino smette di essere un prodotto e diventa racconto, emozione, memoria. Per La Scolca, le wine experiences sono un pilastro strategico nella narrazione del brand. Accogliere i visitatori nella tenuta storica, tra le vigne delle colline del Gavi, significa offrire un'immersione autentica nella nostra identità: un dialogo tra tradizione e modernità, tra eleganza e concretezza. Ogni visita è pensata per trasmettere non solo la qualità dei nostri vini, ma anche i



valori della famiglia, l'attenzione al dettaglio e la visione internazionale che ci guida da generazioni. Attraverso percorsi personalizzati, eventi esclusivi e degustazioni guidate, La Scolca trasforma l'enoturismo in uno strumento potente di storytelling. Così facendo, rafforziamo il legame emotivo con il cliente, valorizziamo il nostro territorio e contribuiamo a promuovere l'immagine più raffinata e autentica dell'Italia nel mondo.

Cos'è per lei il Made in Italy?

Per me, il Made in Italy è molto più di un marchio d'origine: è una filosofia, un modo di pensare e di vivere che unisce bellezza, qualità, autenticità e passione. È l'arte di trasformare la materia prima in eccellenza, coniugando tradizione e innovazione, gusto e intuizione, tecnica e cuore. Nel vino, come nella moda, nel design o nell'arte, il Made in Italy racconta una cultura millenaria che si rinnova ogni giorno, capace di emozionare il mondo con la

sua eleganza discreta e la sua attenzione al dettaglio. È la forza delle radici e, allo stesso tempo, la capacità di guardare lontano, di essere ambasciatori di uno stile riconoscibile e inconfondibile. La Scolca, con i suoi 106 anni di storia, rappresenta con orgoglio questa visione. Oggi esportiamo in oltre 60 Paesi nel mondo, portando con noi non solo un vino, ma un messaggio: quello di un'Italia che sa essere autentica, innovativa e universale. Ogni bottiglia che viaggia oltreconfine è un ambasciatore del nostro Made in Italy, del nostro territorio, dei nostri valori. Per me, è stato un onore e una grande emozione ricevere nel 2022 l'onorificenza di Cavaliere al Merito del Lavoro dalla Repubblica Italiana, conferita dal Presidente Sergio Mattarella. È un riconoscimento che condivido con la mia famiglia, con la mia squadra e con tutti coloro che, ogni giorno, credono nella bellezza e nella forza del Made in Italy. È l'impegno quotidiano nel custodire un'eredità familiare, ma anche il desiderio costante di offrire al mondo un vino che sia espressione pura del nostro territorio, del nostro carattere e del nostro saper fare. È, in definitiva, l'orgoglio di rappresentare l'Italia migliore: quella che lavora con serietà, che sogna con concretezza e che sa emozionare con autenticità.

What, in your view, is the role of Italy's finest wines, such as those from La Scolca, in shaping Italian excellence worldwide?

Italy's finest wines, like those crafted by La Scolca, play a positively pivotal role in defining and showcasing Italian excellence across the globe. They're far more than mere vintages: they're vibrant expressions of our culture, history, and way of life. They embody the value of time, terroir, craftsmanship, and an unyielding quest for perfection. A wine like Gavi dei Gavi tells the tale of its land but also a grand vision: that of an Italy that's refined, innovative, steadfast in its roots, yet utterly capable of captivating international palates. These wines are the very essence of the finest Made in Italy—much like couture, design, or fine art. They forge connections, stir emotions, and bolster Italy's identity in global markets. Across the world, Italian excellence is synonymous with quality, authenticity, and passion. Our premier wines contribute mightily to upholding this reputation, blending timeless tradition with a modern flourish. In a single glass, a powerful message is poured: Italy isn't merely a place—it's a splendid experience.

In an increasingly competitive global market,

what strategies do you deem essential to champion and safeguard Made in Italy in the wine industry?

In a fiercely competitive global arena, championing and safeguarding Made in Italy in the wine trade demands a cleverly integrated strategy, marrying quality, identity, and innovation. The first cornerstone is consistency: upholding impeccable standards across the entire process, from vineyard to table, with investments in sustainability, traceability, and certifications that vouch for authenticity and transparency. It's also jolly important to shine a spotlight on the cultural value of Italian wine, spinning authentic yarns of terroir, family, and tradition, but doing so with contemporary flair and digital wizardry to captivate younger connoisseurs. The narrative must artfully balance heritage with forward-thinking vision, spotlighting the uniqueness of native grape varieties and the richness of our landscapes. Protecting Made in Italy also calls for stout legal defence of denominations and a robust stand against counterfeiting, ensuring a commanding presence in key markets. Equally, it's vital to foster synergies among producers, institutions, and ambassadors of Italian taste worldwide to

craft a united national front. Finally, pouring effort into hospitality and wine tourism is key, transforming wineries into havens of experience and connection, for today's true luxury lies in savouring authenticity. Only thus will Made in Italy's wine legacy continue to sparkle with prestige, value, and global acclaim.

What role do wine experiences play in promoting Italy's regions and culture, and how does La Scolca wield this tool to narrate its brand story?

Wine experiences are absolutely central to showcasing Italy's regions and cultural tapestry. They're not just tastings—they're immersive sensory odysseys that link visitors to the history, breathtaking landscapes, art of living, and human spirit that define Italy. Through hands-on moments in the winery, wine transcends its role as a product to become a story, an emotion, a cherished memory. For La Scolca, wine experiences are a cornerstone of our brand's storytelling. Welcoming guests to our historic estate, nestled among the rolling Gavi hills, offers a genuine plunge into our identity: a conversation between tradition and modernity, elegance and substance. Every visit is crafted to

convey not only the quality of our wines but also the family's values, meticulous attention to detail, and the worldly vision that has guided us for generations. Through bespoke tours, exclusive events, and guided tastings, La Scolca transforms wine tourism into a cracking tool for storytelling. In doing so, we deepen the emotional bond with our guests, champion our region, and contribute to projecting Italy's most refined and authentic image to the world.

What does Made in Italy mean to you?

To me, Made in Italy is far more than a label of origin: it's a philosophy, a way of thinking and living that marries beauty, quality, authenticity, and passion. It's the fine art of turning raw materials into excellence, blending time-honoured tradition with cutting-edge innovation, taste with intuition, technique with heart. In wine, as in fashion, design, or art, Made in Italy weaves a narrative of a millennial culture that reinvents itself daily, charming the world with its understated elegance and devotion to detail. It's the strength of deep roots paired with the vision to reach far horizons, serving as ambassadors of a style that's instantly recognisable and utterly inimitable. La Scolca, with its 106 years of history, proudly carries this torch. Today, we export to over 60 countries, bearing not just a wine but a message: that of an Italy that's authentic, innovative, and universal. Every bottle that crosses borders is a standard-bearer for our Made in Italy, our land, and our values. For me, it was a tremendous honour and a deeply moving moment to receive the Order of Merit for Labour in 2022, bestowed by the President of the Italian Republic, Sergio Mattarella. It's an accolade I share with my family, my team, and all who, day in and day out, believe in the beauty and might of Made in Italy. It's the daily dedication to preserving a family legacy, coupled with an enduring desire to offer the world a wine that's a pure reflection of our land, our character, and our craft. Ultimately, it's the pride of representing the very best of Italy: a nation that works with earnestness, dreams with pragmatism, and enchants with authenticity.

