Molinari rafforza il portafoglio con l'ingresso di Bitter Fusetti

9de26925-2f08-4ac3-8512-f2c522477c2d

Molinari Italia S.p.A. annuncia l’ingresso di Fusetti Bitter nel proprio portafoglio, segnando un passaggio chiave nel percorso di crescita del brand e contribuendo al rafforzamento della strategia di espansione dell’azienda. L’operazione si inserisce in una visione più ampia che vede Molinari impegnata a consolidare la propria presenza sul mercato, guardando a segmenti e momenti di consumo sempre più strategici e in evoluzione, con l’obiettivo di costruire un portafoglio solido, dinamico e capace di dialogare con i linguaggi del beverage di nuova generazione.

Molinari diversifica il portafoglio

Dopo le recenti acquisizioni distributive di brand internazionali come Stoli e White & Mackay, per Molinari l’ingresso di Fusetti rappresenta un ulteriore tassello in un percorso di diversificazione che rafforza la presenza dell’azienda anche al di fuori del segmento della sambuca, di cui è storicamente leader mondiale. La scelta di Fusetti, infatti, risponde alla volontà di integrare nel portafoglio un marchio iconico e fortemente identitario, capace in pochi anni di ridefinire i codici della propria categoria e di affermarsi come punto di riferimento nella scena della mixology contemporanea.

Quote

Con Fusetti arricchiamo il nostro portafoglio con un brand che interpreta in modo autentico i nuovi linguaggi della mixology. Questa operazione conferma la volontà dell’azienda di crescere in modo dinamico, ampliando la propria presenza in segmenti strategici e rafforzando la nostra capacità di raccontare l’eccellenza italiana nel mondo.

Inge Molinari, responsabile marketing Molinari S.p.A.

Fusetti punta ai mercati esteri

Per Fusetti, l’ingresso in Molinari rappresenta anche un’opportunità di ulteriore sviluppo sui mercati internazionali, affiancando a un marchio storico come quello romano – da sempre sinonimo di italianità – un brand capace di rafforzare e ampliare la proposta legata all’Italian lifestyle, sempre più centrale nelle strategie del gruppo.

All’interno di questa operazione viene garantita piena continuità al progetto Fusetti: **Flavio Angiolillo** continuerà a ricoprire un ruolo strategico, sia mantenendo la guida creativa del brand sia rimanendo mente e volto di Fusetti, insieme a **Mattia Vita**, altro socio e promotore del progetto. Una scelta che assicura coerenza e visione nel percorso di crescita, preservando l’identità distintiva del marchio.

Quote

Fusetti vuole aprirsi a un dialogo internazionale, non più solo italiano. Siamo convinti che Molinari rappresenti il partner ideale per accompagnarci in questo percorso.

Flavio Angiolillo, fondatore di Bitter Fusetti