



maggio 2015 - Importanti investimenti per la promozione del vino italiano nei Paesi al di fuori dell'Unione Europea, oltre un milione di euro solo per il mercato cinese con un piano triennale che prevede incoming di operatori cinesi nelle aziende del Centro-Sud Italia e una serie di eventi a Pechino e Shanghai con altri importanti gruppi del made in Italy di alto livello. Parte da queste azioni concrete la cavalcata oltre confine di Italia del Vino – Consorzio.

Il consorzio privato che raggruppa, dal 2009, dodici fra le più importanti aziende del comparto vitivinicolo italiano (fatturato complessivo realizzato nel 2014: oltre 800 milioni di euro) ha svolto un'azione di promozione non solo nei mercati maturi, come Usa, Canada e Giappone, ma anche in quelli emergenti, come il Sud Est Asiatico, il Sud America e il Medio Oriente.

Un'azione strategica che ha visto un impegno economico pari a oltre 50 milioni di euro solo di investimenti che beneficiano di fondi Ocm, importante misura europea che sostiene le imprese italiane del comparto. Il lavoro di Italia del Vino – Consorzio ha interessato 14 Paesi e ha prodotto notevoli risultati, non solo per le aziende socie (che da sole realizzano l'8,5% del complessivo export nazionale di settore, con una quota di export di circa 440 milioni di euro nel 2014) ma per l'intero comparto enologico italiano.

Andrea Sartori, classe 1959, presidente di Casa Vinicola Sartori e quarta generazione della storica famiglia di produttori veronesi, guida Italia del Vino – Consorzio dal marzo scorso. Ad affiancarlo sono i vicepresidenti Roberta Corrà di Gruppo Italiano Vini e Alberto Medici della Medici Ermete & Figli. Sotto la sua regia il consorzio si propone di fare da traino per tutto il settore viticolo italiano, grazie all'esperienza e alla professionalità delle cantine che ne fanno parte: Banfi S.r.l.; Cantina Lunae S.a., Cantine Ferrari Fratelli Lunelli S.p.A.; Casa Vinicola Sartori S.p.A.; Casa Vinicola Zonin S.p.A.; Gruppo Italiano Vini; Librandi Antonio e Nicodemo Spa; Marchesi di Barolo; Medici Ermete & Figli S.r.l.; Santa Margherita S.p.A.; Società Agricola Drei Donà; Terredora S.a.

<<La nostra è una realtà che si fa ambasciatrice del vino italiano nel mondo – afferma il presidente Andrea Sartori

– negli ultimi 5 anni abbiamo investito 51 milioni di euro in attività di promozione nei Paesi extra Comunità Europea. Lo abbiamo fatto attraverso partecipazione a fiere, incontri internazionali, organizzazione di degustazioni, produzione di materiale promozionale, attività di incoming di giornalisti ed esperti del settore>>.

Uno dei focus principali è stato l'impegno in Cina. *<<Il progetto nel mercato cinese ha riguardato un investimento di 1.250.000 euro in tre anni e ci ha visti anche al fianco di partner importanti come*

Qualità - Grandi Marchi

Istituto del Vino Italiano di

– spi

ega Sartori

-. Tra le varie attività svolte, abbiamo realizzato un incoming di 45 operatori media cinesi che hanno visitato molte realtà vinicole del Nord e Centro Italia. Un'azione che ci siamo impegnati a continuare anche quest'anno, con l'organizzazione di visite di operatori cinesi nelle aziende del Centro Sud Italia a luglio, un evento a Shanghai il prossimo autunno e l'avvio di alcuni partenariati importanti che permetteranno di dare vita a un "sistema Italia" di valorizzazione del nostro patrimonio enologico>>.

Il lavoro di questa associazione di imprese si propone di espandere anche il mercato interno. A confermare questo vi è, ad esempio, la partecipazione al Vinexpo di Bordeaux dove il gruppo si presenterà unito, in uno stand che vuole raccogliere l'eccellenza enologica del nostro Paese, abbinata ad altre specialità italiane. Immane anche la presenza ad Expo: Italia del Vino – Consorzio sostiene Identità Expo, l'evento organizzato da Identità Golose all'interno di [Expo 2015](#),

che presenterà l'accoglienza italiana di qualità ad un pubblico mondiale. Le etichette dei soci sono state inserite nella "Carta dei Vini", proposta a Identità Expo in abbinamento alle creazioni di 200 fra i migliori chef di fama nazionale ed internazionale. Expo 2015 rappresenta per Italia del Vino – Consorzio un'opportunità per rafforzare il proprio ruolo di ambasciatore del vino italiano nel mondo e per fare sinergia tra produttori e chef dimostrando che è possibile lavorare insieme per offrire la migliore immagine del nostro Paese.

Scheda tecnica Italia del Vino – Consorzio

Realtà aderenti (12): Banfi S.r.l.; Cantina Lunae S.a., Cantine Ferrari Fratelli Lunelli S.p.A.; Casa Vinicola Sartori S.p.A.; Casa Vinicola Zonin S.p.A.; Gruppo Italiano Vini; Librandi Antonio e Nicodemo Spa; Marchesi di Barolo; Medici Ermete & Figli S.r.l.; Santa Margherita S.p.A.; Società Agricola Drei Donà; Terredora S.a.

Fatturato complessivo realizzato: oltre 800 milioni di Euro nel 2014.

Quota export realizzata: circa 440 milioni di Euro, circa il 50% del fatturato ed l'8,5% del complessivo export nazionale di settore.

Dipendenti complessivi: 2mila diretti

Ettari complessivamente vitati: oltre 10.000

Numero bottiglie prodotte nel 2014: circa 150 milioni

Regioni rappresentate: 12 (tutte le principali aree produttive italiane, dal Piemonte sino alla Sicilia).

Denominazioni di origine controllata e garantita, Docg, rappresentate: 18.

Denominazioni di origine, Doc, rappresentate: 63

Indicazioni geografiche tipiche, Igt, rappresentate: 43

Nella foto: il presidente Andrea Sartori

