

Istituto Grandi Marchi, duecento iniziative per parlare al mondo del Made in Italy e adesso un nuovo tour in Asia

on 20 November 2014. Pubblicato in [Archivio articoli dal 05/04/2011](#) - [Scenari](#)



Se lo dicono i siciliani Josè Rallo e Lucio Tasca d'Almerita, il pugliese Carlo de Corato, il campano Pietro Mastroberardino e per il resto d'Italia il marchese Piero Antinori, allora vuol dire che stando insieme, anche se si è concorrenti, si fa l'interesse di tutto il vino italiano.

E i festeggiamenti, a Milano in una delle immense sale del Museo della scienza, del decimo anniversario della nascita dell'Istituto dei grandi marchi italiani, ha rappresentato veramente un momento di esaltazione della qualità del vino nazionale. E dell'andare contro tendenza in un Paese dove prevale l'individualismo. Dice Antinori, presidente dalla nascita dell'Istituto e che a marzo lascerà l'incarico: "mettere insieme 19 aziende concorrenti, è stata una bella iniziativa e proprio nel momento in cui si avvertiva la necessità di condividere obiettivi e strategie per far riconoscere all'estero la qualità del vino italiano". Tant'è vero che l'Istituto ha portato a termine 200 iniziative e la prossima settimana organizza un nuovo tour con destinazione alcuni paesi asiatici come Giappone, Cina, India, Indonesia e Corea del Sud.

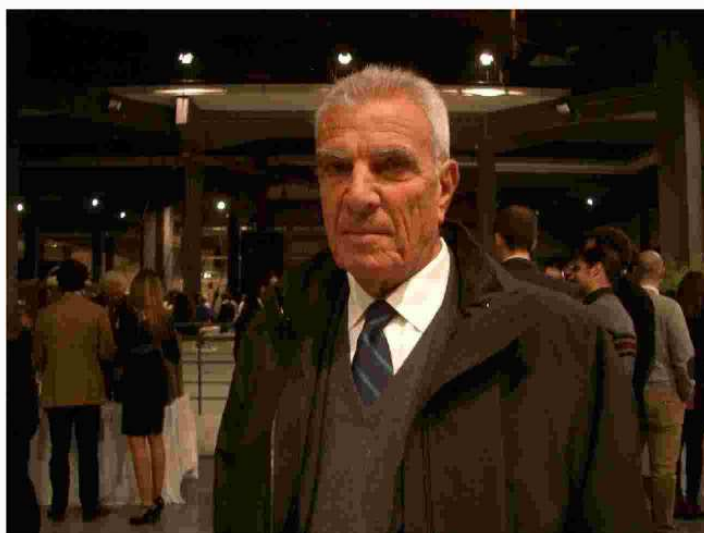


Piero Antinori con la nipote Verdiana



José Rallo

“Per continuare a contribuire al successo del vino italiano nel mondo”, aggiunge José Rallo che ne approfitta per parlare dell’eccezionale vendemmia siciliana del 2014. Dice: “Ha piovuto nel momento giusto e le temperature non sono mai aumentate troppo. Una vendemmia unica, che non si ricordava da decenni”. Non è andata oltre la signora Rallo, perché la serata non era esclusivamente siciliana, ma dedicata ai grandi vini italiani rappresentati da 19 aziende agricole a gestione familiare (Lageder, Marchesi Antinori, Argiolas, Biondi Santi, Cà del Bosco, Carpené Malvolti, Chiarlo, [Donnafugata](#), Folonari, Gaja, Jermann, Lungarotti, Masi, Mastroberardino, Pio Cesare, Rivera, Tasca d’Almerita, Tenuta San Guido, Umani Ronchi) che alla degustazione riservata a ristoratori, enotecari, giornalisti e opinion leader, hanno presentato 57 etichette, comprendenti anche 17 vini della vendemmia 2004 (con due eccezionali bianchi di dieci anni fa), l’anno di fondazione dell’Istituto grandi marchi e quattro novità che non sono ancora sul mercato, di cui uno arriva dalla Sicilia, “Chiarandà, Contessa Entellina dop 2011” ottenuta da uve chardonnay vinificate in purezza.



Lucio Tasca d'Almerita

Diciannove aziende, è stato evidenziato nel corso dei festeggiamenti, che fatturano 500 milioni di euro, di cui il 60 per cento realizzato all’estero e che rappresentano il 6,7 per cento del valore complessivo dell’export italiano di vino in bottiglie, non è poco. E’ anche vero che queste 19 famiglie del vino sono l’apice dell’enologia italiana e che per sostenere il vino, hanno già percorso 800.000 chilometri per raggiungere i luoghi dove si attendeva qualcuno che parlasse con competenza del vino italiano di qualità. “Ecco la necessità di essere sostenuti con una comunicazione fatta con consapevolezza e con professionalità – dice Pietro Mastroberardino - quando lo capiremo, se ne avvantaggerà tutto il vino italiano nel mondo”.

Michele Pizzillo