



DONNAFUGATA

COMUNICATO STAMPA

Donnafugata nel mondo con i "Grandi Marchi".

**Un modo nuovo di fare rete e di promuovere insieme
il vino italiano di qualità sui mercati emergenti.**

Il vino di qualità non è in crisi, anzi continua ad essere uno dei prodotti d'eccellenza del *Made in Italy* che sui mercati esteri continua a marciare dritto, con risultati davvero lusinghieri soprattutto in alcuni paesi. Soffiano venti di ripresa, dopo gli anni di stanca del dopo 11 settembre, per quelle aziende italiane che si sono organizzate per affrontare insieme le sfide della competizione e dei nuovi mercati, soprattutto in Asia.

E' il caso dell'Istituto del Vino Italiano di Qualità "Grandi Marchi", il consorzio – nato per la realizzazione di attività promozionali all'estero – che raccoglie 18 aziende vitivinicole leader in Italia e rappresentanti delle diverse regioni, tra cui Donnafugata, Antinori, Biondi Santi, Ca' del Bosco, Gaja, Masi, Mastroberardino, Pio Cesare per citarne alcune.

In meno di un anno sono state realizzate diverse missioni all'estero (Russia, Cina, Giappone, India e USA) che non soltanto hanno registrato un ottimo successo di pubblico, con 3.000 presenze molto qualificate, ma hanno anche determinato un nuovo modo di proporsi del vino di qualità italiano all'estero.

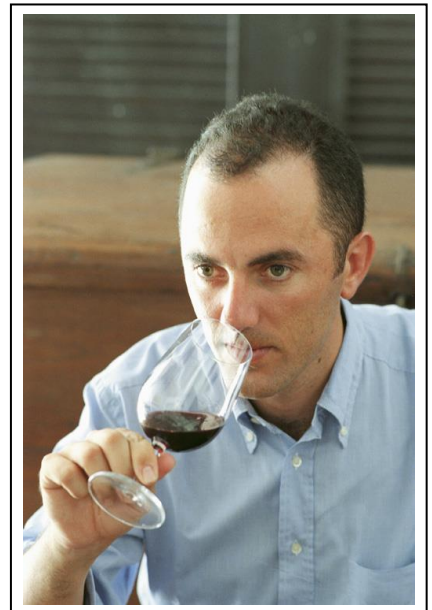
Un calendario di iniziative imponente con 500 partecipanti fra giornalisti e operatori ai seminari, oltre 2.000 operatori ai workshop e altri 500 opinion leader nelle serate di degustazione, segnando una novità assoluta nella strategia delle aziende italiane: fare squadra, ottimizzare le risorse, disporre di una visione comune delle azioni di promozione.

Una politica comune che contribuisce ad innalzare l'immagine dell'Italia nei mercati emergenti, garantendo processi di penetrazione coerenti con il profilo di queste aziende che rappresentano una parte importante della storia enologica del Paese.

Ottimi i ritorni: cresce a due cifre l'export di Donnafugata in Russia e nei paesi dell'estremo oriente dove si è anche focalizzata l'azione dei "Grandi Marchi".

Ma i dati positivi non si limitano soltanto a quelli registrati nei nuovi mercati: in questi primi mesi del 2006, tornano a crescere anche gli ordinativi dal vecchio continente, dalla Germania, dalla Svizzera e dai Paesi del Nord Europa, seppur ancora timidamente. Che il vento, anche da questa parte del globo, inizi a cambiare direzione è un fatto che, già dal prossimo Vinitaly, le aziende italiane si augurano di poter confermare.

"E' solo questione di tempo – afferma Antonio Rallo di Donnafugata – quando si persegue la qualità e si adottano politiche commerciali di grande coerenza, i risultati arrivano; se poi si fa anche un buon lavoro di squadra, come cerchiamo di fare con l'Istituto Grandi marchi, il *made in Italy* si afferma sempre."



L'Ufficio Stampa: Palermo, 1 aprile 2006