DONNAFUGATA

PRESSEMITTEILUNG

Donnafugata weltweit im Verband "Grandi Marchi" vertreten.

Zusammenschluss großer Marken für die gemeinsame Promotion italienischen Qualitätsweins auf den emergierenden Weltmärkten.

Qualitätswein kennt keine Krise, sondern profiliert sich auf den Auslandsmärkten nach wie vor als ein Spitzenprodukt des *Made in Italy*, das – vor allem in bestimmten Ländern – überaus schmeichelnde Erfolge verzeichnet. Nach der auf den 1. September folgenden Flaute sind vornehmlich jene italienischen Unternehmen im Aufwind, die sich im Verbund für die Herausforderungen und die Konkurrenz auf den neuen Märkten gewappnet haben, insbesonders was den asiatischen Raum betrifft.

Ein Musterbeispiel dafür liefert das *Istituto del Vino Italiano di Qualità "Grandi Marchi"* , ein für die Realisierung von Promotionsinitiativen auf internationaler Ebene gegründeter Erzeugerverband, der 18 italienische Top-Produzenten aus diversen Weinbauregionen vereint, darunter Donnafugata, Antinori, Biondi Santi, Ca' del Bosco, Gaja, Masi, Mastroberardino, Pio Cesare, um nur einige zu nennen.

In knapp einem Jahr wurden diverse "Auslandsmissionen" veranstaltet (Russland, China, Japan, Indien und U.S.A.), die mit ca. 3.000 qualifizierten Besuchern nicht nur ausgezeichnete Publikumserfolge verzeichnen konnten, sondern überdies eine innovative Präsentationsmethode italienischer Qualitätsweine im Ausland darstellen.

Der Terminkalender spiegelt die absolut neuartige Strategie der italienischen Unternehmen wider: Teamgeist, Optimierung der Ressourcen, Fokussierung auf gemeinsame Werbeaktionen; das Arbeitspensum war gewaltig – und erfolgreich: an den Seminaren nahmen 500 Journalisten und Fachangehörige teil, zu den Workshops präsentierten sich über 2.000 Fachleute und anlässlich der Degustationsabende weitere 500 Opinionleader.

Diese Gemeinschaftspolitik leistet einen Beitrag zur Aufwertung des italienischen Images auf den neuen Märkten und festigt die Chancen ihrer Erschließung, dank des kohärenten Profils dieser für die Geschichte der italienischen Önologie repräsentativen, renommierten Unternehmen.

Der Einsatz lohnt sich: Donnafugatas Exporte nach Russland und die fernöstlichen Länder (auf die sich auch die "Grandi Marchi"-Aktion konzentrierte) wuchsen auf einen zweistelligen Prozentsatz .

Die Meldung positiver Daten beschränkt sich keineswegsauf die neuen Märkte, denn in den ersten Monaten dieses Jahrs verzeichnen auch die Bestellungen im europäischen Raum - aus Deutschland, Schweiz und den Staaten Nordeuropas - einen (wenngleich noch mäßigen) Anstieg: Diesen erneuten Wachstumstrend in der Alten Welt hoffen die italienischen Unternehmen bereits anlässlich der bevorstehenden Vinitaly-Messe bestätigt zu sehen.

"Wenn Qualitätsziele mit der Adoption von kompromisslos kohärenten Strategien nachvollzogen werden – erklärt Antonio Rallo von Donnafugata – ist Erfolg nur eine Zeitfrage und wenn dabei, wie mit dem "Istituto Grandi Marchi", zielstrebige Teamarbeit zum Einsatz kommt, wird sich die Marke *made in Italy* stets behaupten können."

Pressebüro: Palermo, 1. April 2006

Donnafugata Srl - Cantine Storiche e Uffici: Via S. Lipari 18 - 91025 Marsala (TP)
Tel. 0923 724 200 Fax 0923 722 042 www.donnafugata.it mailto:info@donnafugata.it
Ufficio Stampa Ferdinando Calaciura Cell. 338 322 9837 mailto:f.calaciura@libero.it