



DONNAFUGATA
PRESSEMITTEILUNG

In Russland con passione

Donnafugata-Weine erobern Sankt Petersburg und Moskau

In Russland liebt man Italien, eine aus kulturellen und emotionellen Zusammenhängen entwickelte Zuneigung im sensiblen Bewußtsein der nicht wenigen gemeinsamen Charakterzüge. Auch die italienischen Gewächse – qualitativ hochwertig und terroirverbunden – genießen eine privilegierte Position in den Weinkarten der exklusivsten Restaurants, in den Privatkellern der Betuchten und in den großen Abendessen des russischen Establishments, das sich, um internationales Flair bestrebt, am italienischen Stil inspiriert.

Eine Bestätigung für die ausgeprägte Anziehungskraft, die große italienische Gewächse für diesen Markt ausstrahlen, lieferten die vom Institut für Italienische Qualitätsweine Grandi Marchi am 23. und 24. Mai organisierten Initiativen in St. Petersburg und Moskau, den Metropolen des immensen Landes.



Auch Donnafugata, seit Jahren auf dem russischen Markt vertreten, präsentierte zu diesem Anlass seine prestigereichsten Etiketten, mit den Roten Mille e una notte und Tancredi, dem Weißen Chiarandà sowie das Paradeferd der natursüßen Kategorie, den unvergleichlichen Passito di Pantelleria Ben Ryé.

Das rigoros selektierte, repräsentative Fachpublikum reagierte mit Enthusiasmus, Neugier und echter Weinleidenschaft: namhafte Patrons von Restaurants und Vinotheken, *opinion makers* und Journalisten hatten sich im Zeichen von Qualität und Eleganz zu einem „tête a tête“ mit den Weine des Verbands „Großer Italienischer Marken“ eingefunden. Außergewöhnlich auch die *locations* der beiden Events: der Marmorpalast in Sankt Petersburg (wo im kommenden Juli das Achter-Gipfeltreffen stattfinden wird), und in Moskau auf dem Roten Platz, im prunkvollen Kaisersaal der Galerie GUM.

Überdies lief in Moskau am 26. Mai auf dem Gelände des Ausstellungszentrums Info Space die dritte Edition des Vinality Russland über die Bühne, mit geleiteten Degustationen, Workshops und Direktkontakten mit den Produzenten. Donnafugata verzeichnet auf diesem Markt stetige Zuwachsraten sowohl in Wert als in Volumen: allein im ersten Trimester 2006 konnten die Etiketten mit der „Frau mit wehendem Haar“ gegenüber dem gleichen Zeitraum im Vorjahr einen bemerkenswerten 40%igen Zuwachs verbuchen.

Ein Erfolg, den José Rallo von Donnafugata „im Lokalausgang“ erleben konnte: „In Russland ist der Markt für Qualitätsweine nicht nur auf Italien ausgerichtet, sondern in Moskau ebenso wie in St. Petersburg haben die Konsumenten von Klassegewächsen ein ausgeprägtes Qualitätsbewußtsein und ein wachsendes Interesse für terroirgebundene Weine entwickelt, wodurch sie sich Tag für Tag in wahrlich ungewohntem Maße mit den Eigenheiten der verschiedenen Kreszenzen vertraut machen. In diesem Zusammenhang erwähnenswert der Riesenerfolg des Ben Ryé, stets im Brennpunkt des Interesses. Mit dieser auch auf individuellem Niveau und außerhalb der traditionellen Absatzkanäle zu beobachtenden Orientierung gut informierten Verbraucher auf Produkte der gehobenen Klasse profiliert sich Russland als einer der interessantesten und aufnahmefähigsten Märkte der *new frontier* für Qualitätsweine. Für Donnafugata ein idealer Markt“.

Pressebüro, Palermo, 28. Mai 2006