



DONNAFUGATA®

COMUNICATO STAMPA

Donnafugata al Vinitaly

Le ragioni di un successo: estero e tanti giovani wine-lovers

Sicilia da record. Il Vinitaly è sempre il Vinitaly: con il suo carico di impegni, incontri, degustazioni e, per chi ha ben seminato, anche di risultati concreti: nuovi ordini, nuovi importatori, nuovi clienti. **“E’ stato un Vinitaly bellissimo – commenta José Rallo, titolare dell’azienda –** si è respirata un’aria nuova, interessante per quei vini che interpretano al meglio il cambiamento di gusto del consumatore. Solarità, richiamo del frutto, freschezza al palato e un’aromaticità elegante sono gli elementi che in degustazione abbiamo colto, soprattutto tra i giovani”.

Il Padiglione 2 “Sicilia” è stato sicuramente tra i più visitati dell’intera Fiera e lo stand di **Donnafugata, anche quest’anno, ha registrato un afflusso impressionante** di operatori, giornalisti, ristoratori e, ovviamente, di pubblico, confermando lo straordinario appeal che questo marchio storico del vino di qualità suscita tra addetti ai lavori e wine-lovers di tutto il mondo.

I numeri parlano chiaro: 43 buyer stranieri incontrati, 1.300 bottiglie stappate in poco più di 36 ore complessive, 26.000 assaggi serviti al banco, dieci pagine fitte di appuntamenti ai tavoli interni e 26 persone dell’azienda a gestire il tutto, con l’accuratezza e lo stile di un team ben agguerrito.

Al di là delle cifre, quello che conta è l’atmosfera che si è vissuta in quei 72 mq di stand, durante gli incontri di lavoro, ricevendo i giornalisti e i tanti (ma davvero tanti) **wine-lovers, soprattutto giovani** che, nei cinque giorni di Fiera, hanno affollato quel fazzoletto di terra siciliana.

Segnali di ottimismo per l’intero movimento del vino di qualità della Sicilia che confermano quanto sia forte il brand Sicilia nel mondo. Così il Vinitaly di Donnafugata spazza via i timori di una ripresa ancora lenta, soprattutto grazie all’export, e a segnali incoraggianti anche per l’Italia. “La Sicilia del vino piace ancora molto e Donnafugata è sempre più un marchio di riferimento – spiega José Rallo, a capo del marketing aziendale – per quei consumatori che guardano alla qualità e ai territori di produzione della nostra isola”.

I vini più degustati: grandi conferme ed alcune novità. Solari, freschi e ricchi di frutto, aromatici e profumatissimi, i vini di Donnafugata sono pura sinfonia per chi ama il vino di qualità e di territorio. Dai rossi di rango, sino alle armonie dei vini dolci naturali, senza dimenticare la fresca e sublime fragranza dei bianchi, la scelta è amplissima tra le etichette della casa vitivinicola siciliana.

Eppure ci sono dei vini che restano memorabili, scolpiti nella memoria delle tante annate messe una sull’altra: **Ben Ryé, Mille e una notte, Chiarandà, Tancredi**, nomi ed etichette che suscitano ammirazione, riguardo, attesa e infinito piacere in degustazione.

La contabilità delle emozioni è presto fatta: il Ben Ryé, il passito di Pantelleria, è sul podio più alto, con le sue 400 bottiglie stappate in onore di palati esigenti, a ruota il Mille e una Notte, il vino rosso emblema dell’azienda, poi – a poca distanza – il prodigioso **Lighea**, uno Zibibbo secco in purezza che, per aromaticità e freschezza, è una scoperta al primo assaggio. Il vino perfetto per l’estate, proposto da Donnafugata come bianco dell’anno.

Non meno felice l’incontro con la ricchezza del frutto espressa dall’innovativo **Sherazade**, un Nero d’Avola in purezza da sorvegliare fresco, con un breve passaggio in frigo, prima



DONNAFUGATA®

di stapparlo. Meritano una citazione anche le due nuove grappe di Ben Ryé e Mille e una notte – sublimi per eleganza e profumi - prodotte per Donnafugata dai fratelli Marolo di Alba, tra i più prestigiosi distillatori italiani.

Il mondo Donnafugata a portata di clic. Non è un caso che, proprio con l'apertura del Vinitaly, Donnafugata abbia messo online il proprio nuovo sito web, caratterizzato da una veste grafica ariosa e innovativa, ricco di informazioni e di punti di vista che invitano alla navigazione delle diverse sezioni: dai video delle degustazioni dei vini in chiave Jazz all'intrigante "Vivere il Vino", ovvero un viaggio personalizzato nel mondo enologico di Donnafugata, a tu per tu con vini ed etichette che hanno fatto storia.

Il richiamo ai giovani allora diventa un imperativo: "Investiamo su di loro perché sono i consumatori di domani – dice José Rallo – e saranno loro a decidere i vini del futuro, con le loro preferenze di gusto e le diverse modalità di consumo, anche fuori dai canoni tradizionali preferiti da un pubblico più adulto e maturo. Oggi si può bere il vino più adatto in mille occasioni diverse, stimolati da una cultura che guarda alla dieta mediterranea come un punto di riferimento per gusto e stile di vita e dove gli aspetti salutistici hanno un loro peso".

In fila alla postazione internet dello stand li abbiamo visti saggiare **i contenuti del nuovo sito**, ognuno seguendo il proprio intuito, alla scoperta del mondo Donnafugata. Piacere, sapere e gioco si sono fusi tra loro, provare per credere.

Marsala, 20 Aprile 2011

Ferdinando Calaciura - Ufficio Stampa Italia
calaciura@granviasc.it cell. 338 322 9837

Alessia Panzeca - Ufficio Stampa Estero
alessia.panzeca@gmail.com cell. 335 6522242