

Home &gt; News &gt; Antinori (Grandi Marchi) in 10 anni percorsi 800mila km per internazionalizzazione vino...

News

# ANTINORI (GRANDI MARCHI) IN 10 ANNI PERCORSI 800MILA KM PER INTERNAZIONALIZZAZIONE VINO ITALIANO. 65MLN DI EURO GLI INVESTIMENTI IN PROMOZIONE

Di redazione - 7 aprile 2014 17 0

Condividi su Facebook

Tweet su Twitter

G+

P

## Appuntamento a Firenze (15-18 Maggio) con Simposio Masters Of Wine

*"In dieci anni di attività comune abbiamo percorso quasi 800mila chilometri per promuovere il vino italiano nel mondo. è come se fossimo andati 2 volte sulla luna, ma siamo convinti che ne sia valsa la pena e consapevoli che altrettanti ne percorreremo nei prossimi anni, perché il vino è un prodotto sempre più globale ed è giusto che sia raccontato in prima persona da chi lo produce da secoli".* Lo ha detto oggi al Vinalty Piero Antinori, presidente dell'Istituto del vino italiano 'Grandi Marchi', nel corso di una conferenza stampa sui dieci anni di attività di internazionalizzazione dell'Istituto e nominato ieri quale rappresentante dell'Istituto nel Comitato scientifico del Padiglione vino a Expo 2015.

Complessivamente le 19 cantine icona del vino italiano nel mondo che fanno parte dei 'Grandi Marchi' (Alois Lageder, Argiolas, Biondi Santi Tenuta Greppo, Ca' del Bosco, Carpenè Malvolti, Donnafugata, Gaja, Jermann, Lungarotti, Masi, Marchesi Antinori, Mastroberardino, Michele Chiarlo, Pio Cesare, Rivera, Tasca D'Almerita, Ambrogio e Giovanni Folonari Tenute, Tenuta San Guido, Umani Ronchi) si stima abbiano investito in dieci anni circa 60mln di euro in attività di promozione, di cui 18mln finanziati attraverso i fondi Ocm (negli ultimi 5 anni). A questi vanno aggiunti 5,15mln di Euro investiti congiuntamente nelle azioni comuni dell'Istituto Grandi Marchi.

Una missione, quella di promuovere lo sviluppo e la diffusione della cultura del vino italiano a livello internazionale anche attraverso la costruzione dell'immagine del vino

### CATEGORIE POPOLARI

NEWS	2580
PRIMO PIANO	957
DEGUSTAZIONI	706
GASTROVIAGGIANDO	664

### MUST READ

Gianluca Bisol da Shanghai: Boom in Cina degli spumanti italiani

Un autunno da degustare con Onav Lombardia

L'Eccellenza dei Vini Porto dopo cinque secoli

Trionfo di bollicine Vinicola Serena alla Barcolana di Trieste

È nato il tartufo al cioccolato senza zuccheri aggiunti: "Puro"!

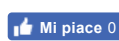
italiano sui mercati emergenti', come descritta nello Statuto, che l'Istituto ha assolto più volte attraverso decine di tour attorno al globo: 248 missioni internazionali, 18 Paesi obiettivo, quasi 50mila incontri mirati con altrettanti operatori (buyer, giornalisti), oltre a centinaia di iniziative (75 walk around tasting, 74 seminari, 39 gala dinner, conferenze stampa, iniziative di promozione e altro).

- Advertisement -

Tra i Paesi-obiettivo dell'internazionalizzazione targata 'Grandi Marchi', la Russia primeggia con 45 eventi e quasi 10mila operatori, seguita da Usa (37), Giappone (31), Canada e Cina (22). Ma anche Corea, India, Brasile, Singapore Australia, Hong Kong, Taiwan sono divenute negli anni tappe fisse del made in Italy enologico promosso dall'Istituto, che porta in dote un fatturato 'solo export' di 300 mln di euro, equivalente al 6% del valore complessivo delle esportazioni di vino italiano nel mondo. Per Antinori: "Tra le azioni più significative che abbiamo perseguito è da citare la partnership con l'Institute of Masters of Wine, l'accademia londinese con 312 membri selezionati in tutto il mondo che da sessant'anni si occupa di formare i più qualificati e influenti esperti internazionali di vino. Non è un caso - ha proseguito Antinori - se proprio quest'anno il loro Simposio quadriennale, dopo oltre 30 anni di tappe in tutto il mondo, debutterà per la prima volta in Italia - a Firenze - dal 15 al 18 maggio. Si tratta di un appuntamento fortemente voluto dai 'Grandi Marchi', che porterà l'Italia all'attenzione degli ambienti internazionali più influenti".

Ufficio stampa Istituto del vino Grandi Marchi: interCOM

CONDIVIDI



tweet

Articolo precedente

**BRUNELLO E FRANCIACORTA: LA FORZA DI DUE BRAND DI SUCCESSO PER UN MODELLO DI PROMOZIONE**

Articolo successivo

**IL PROSECCO DOC DÀ I NUMERI**

#### REDAZIONE

<http://www.corrieredelvino.it>

Tutte le news dal mondo del vino, le nostre degustazioni, i ristoranti più famosi, food, enoturismo, eventi, fiere e molto altro



#### ARTICOLI CORRELATI ALTRO DALL'AUTORE

**PIOGGIA DI PREMI PER I CHIANTI CLASSICO AI "DECANTER"**

**RECORD DI PARTECIPANTI AL CONCORSO BARDOLINO CHIARETTO**

**ORESTILLA 2016 DI MONTONALE VINCE IL DECANTER WORLD WINE AWARDS**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.