

Promozione *Il presidente Giovanni Busi: "Inoltre, altro elemento di estrema importanza, la clientela è raffinata e molto affidabile"*

Il Consorzio vino Chianti vola in Svizzera dove il mercato regge alla crisi

► SIENA

E' iniziato il 18 marzo il tour sui mercati esteri del Consorzio Vino Chianti: eventi, degustazioni con seminari e altro ancora, per l'attività di promozione del brand Chianti. Ma andiamo per ordine: Zurigo, 18 marzo, evento, promosso ed organizzato dal Consorzio, quaranta aziende impegnate nella giornata con una degustazione guidata e un'intera giornata con walk around tasting dedicata al trade, alla stampa e nel pomeriggio poi anche all'enoturista appassionato. Media partner dell'iniziativa, l'accreditata rivista Vinum, leader magazine in Europa per diffusione e importanza. La Svizzera è un mercato assolutamente interessante, lo si annovera tra i "big consumer" nonostante il perdurare della crisi. Il consumo procapite infatti è confortante, circa 35 litri procapite con un

totale delle vendite di quasi 3 miliardi di franchi. Il Presidente del Consorzio Vino Chianti, Giovanni Busi, infatti si ritiene molto soddisfatto sia per la risposta più che positiva da parte delle aziende all'evento (oltre 40 le aziende associate che hanno partecipato) sia per il trend positivo del mercato in questione. Afferma: "La Svizzera è al terzo posto per importazione dei vini italiani: forte di questa terza posizio-

ne, risultato di una recente ricerca di mercato voluta dalla Camera di Commercio italiana per la Svizzera, anche i numeri sono importanti dell'esportato italiano. Nonostante un calo dei consumi, con il vino italiano, si è intorno ad un +9%. Inoltre, altro elemento di estrema importanza, la clientela è raffinata e molto affidabile, capace di apprezzare il buon vino di qualità." Prosegue: "La Svizzera è mercato ricco e di estremo interesse. Il concetto del Made in Italy, tanto amato e conosciuto in tutto il mondo - ove la parola Chianti, magica e evocante vige da sempre - ha un forte ascendente sui potenziali acquirenti in cui l'immagine del Chianti che si trasmette è la toscanità con i suoi vini ed i suoi prodotti tipici: tutti aspetti che fanno gioco alla diffusione del brand Chianti".

Andrea Cappelli

