

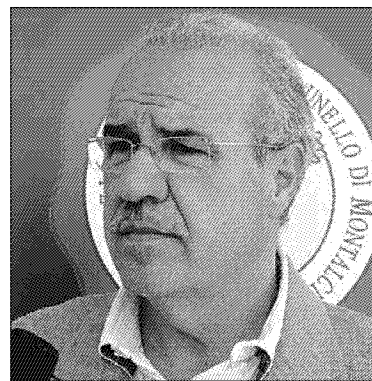
## Montalcino I due brand si presenteranno insieme all'estero per una strategia di mercato Brunello e Franciacorta: la forza del successo

### ► MONTALCINO

Alla ribalta 27,5 milioni di bottiglie di Brunello e Franciacorta, appassionati e cultori in tutto il mondo, un prodotto di altissima gamma. Così diversi per tipologia di vino, ma al tempo stesso simili nell'impegno costante dei produttori per un vino di qualità eccellente e per il legame con il territorio di origine, i due Consorzi hanno deciso di sfruttare forze e competenze acquisite in una strategia comune di promozione. Il punto di forza su cui si basa la

strategia di questo progetto è l'unione dell'attrattiva dei due brand per raggiungere risultati ancora più ambiziosi nell'export. Iniziative congiunte saranno sviluppate dalle due Denominazioni che condividono lo stesso posizionamento e gli stessi obiettivi di vendita sfruttando competenze complementari. Questo è stato il tema dell'incontro di ieri durante il Vintaly, dove i presidenti Fabrizio Bindocci e Maurizio Zanella hanno illustrato come "fare sistema" per ampliare la conoscenza del-

le rispettive realtà in Germania e in Gran Bretagna. Secondo il presidente del Consorzio del Brunello Fabrizio Bindocci "Per i produttori del Brunello l'essere vincenti sui mercati internazionali è legato principalmente a due motivi: investire in quelli ad alto potenziale di spesa e proporre un prodotto riconoscibile, sia per l'alto valore qualitativo sia per l'unicità dell'offerta". Il progetto triennale di promozione del vino Brunello e Franciacorta è dedicato ai media e agli operatori attraverso azioni che si sviluppano all'estero. Dopo una prima fase di avvio, che ha visto stampa e operatori tedeschi in visita in Franciacorta e a Montalcino, è in programma nei prossimi mesi un educational rivolto agli addetti del settore inglesi. Nelle città di Monaco, Francoforte, Londra e Manchester invece le due denominazioni proporranno seminari di degustazione tenuti da esperti sommelier e offriranno inoltre l'opportunità di approfondire la cultura gastronomica italiana. Nel panorama enologico, i due brand rappresentano l'eccellenza nella qualità e il rigore nella produzione ormai riconosciuti da un pubblico di appassionati. ◀



**Fabrizio Bindocci** Il presidente del Consorzio del Brunello spiega i motivi economici ma anche culturali della scelta

