

LE BREVI

## CONSORZI. La Doc delle Venezie si rifà il look: dall'estate al via il riposizionamento

Operazione di rebranding per la Doc delle Venezie, la prima mai fatta dalla nascita della denominazione. Servirà ad aumentare la reputazione del marchio collettivo che rappresenta la più estesa area vocata al Pinot grigio a livello mondiale. Il cda del Consorzio di tutela Doc delle Venezie ha scelto il network internazionale Grey, società vincitrice della gara creativa indetta a inizio febbraio 2021. L'operazione, al via dalla prossima estate su social, tv e carta stampata, **punta a legare il Pinot grigio all'areale produttivo di riferimento mondiale, il Triveneto, e alla Do delle Venezie**, ma svilupperà anche una conoscenza dei sistemi certificativi e del percorso di incremento della qualità (controlli di filiera, commissioni di degustazione e fascetta di Stato). Il progetto di riposizionamento prevede anche un'analisi del consumatore internazionale.

Il Pinot grigio delle Venezie è venduto per circa il 96% all'estero, con gli Usa che assorbono il 40% della produzione. *"Varie ricerche ci confermano che ancora oggi una larghissima parte dei consumatori di vino, e non solo americani"* commenta Sandro Sartor, consigliere e coordinatore marketing nel cda del consorzio *"non sia ancora bene al corrente delle implicazioni e delle specifiche contenute nel concetto di Doc e nel suo sigillo. Sappiamo che una volta informati, i consumatori si dimostrano molto sensibili ai valori insiti nel concetto di denominazione. Con questa operazione, il Consorzio vuole portare nelle case dei consumatori non solo il concetto di certificazione, sicurezza e*



*controllo ma anche tutte le garanzie di elevata qualità sia della materia prima sia della sua trasformazione".*

Tutta la Doc si sviluppa oggi su 29mila ettari di vigneto e con un valore della produzione superiore ai 460 milioni di euro. La congiuntura negativa non ha inciso negativamente sul bilancio annuo, considerando che la Doc delle Venezie, rende noto il Consorzio, ha segnato un +4,7% di imbottigliato nel 2020.

## IMPRESE. Tenute Piccini completa il rebranding: nasce "Piccini 1882"

Si completa il processo di rebranding della holding della famiglia Piccini, che annuncia la nascita di nasce "Piccini 1882". Sostituisce "Tenute Piccini" nelle comunicazioni ufficiali del Gruppo di Castellina in Chianti, che vanta oggi **5 tenute, per oltre 200 ettari di vigneti**,



dal Chianti Classico alla Maremma fino ai territori vulcanici del Vulture e dell'Etna. L'amministratore delegato, Mario Piccini (foto), parla di nuovo capitolo: *"Saremo ancor più riconoscibili e chiari nei messaggi e nelle iniziative di cui saremo protagonisti già nei prossimi mesi: se Tenute Piccini rappresentava la pluralità e l'insieme delle nostre case vinicole, Piccini 1882 è un unicum. È la casa madre che comprende tutte le tenute e l'emblema dell'universo valoriale che da quasi 140 anni guida il nostro lavoro quotidiano"*. Il gruppo, alla quinta generazione, conta oltre 17,7 milioni di bottiglie prodotte nel 2020 e un fatturato complessivo che ha raggiunto i 67,5 milioni di euro (+6,5% rispetto al 2019). Le Tenute sono guidate, assieme a Mario, anche dai figli Benedetta, Ginevra e Michelangelo.

## NOMINE. Roberta Corrà alla presidenza di Italia del vino. Entra Bertani Domains

Vertici rinnovati ma strategia sotto il segno della continuità. Il consorzio Italia del vino ha rinnovato le cariche direttive, dopo due mandati consecutivi di Andrea Sartori, e ha scelto Roberta Corrà come presidente. **Attuale direttore generale del Gruppo Italiano Vini, veronese, laureata in Giurisprudenza a Bologna**, Corrà (foto)



sarà affiancata da Beniamino Garofalo (Santa Margherita gruppo vinicolo) e da Francesco Zonin (Zonin1821). *"Con una compagine così forte, oltre a muoversi verso l'estero con attività di internazionalizzazione"* commenta *"credo sia arrivato il momento di porsi delle domande sul futuro del nostro settore, di creare dei percorsi formativi e informativi di alta specializzazione mettendo insieme tutte le nostre competenze"*. Il consorzio, oltre alla promozione estera del vino Made in Italy, lavorerà internamente sulla crescita delle competenze, assieme a università, centri di ricerca e associazioni. Altra novità è l'ingresso in gruppo di Bertani Domains, società del Gruppo Angelini guidata da Ettore Nicoletto, uno dei membri fondatori di Italia del Vino. Il Consorzio coprirà un'ulteriore regione non ancora rappresentata: le Marche. Sono così 22 le realtà del consorzio in 17 regioni, con un giro d'affari da 1 miliardo di euro e una quota export che sfiora il 9% del totale nazionale.