

MESSEN

Viticoltori Ponte nähert sich beim Umsatz der 100-Millionen-Euro-Grenze und konzentriert sich zunehmend auf Produkte mit den Kennzeichnungen „#sostenibilità“ und „#bio“. Rund zwei Drittel des Umsatzes werden dabei im Export erzielt, erläuterte Hubert Koller, Deutschland-Exportmanager.



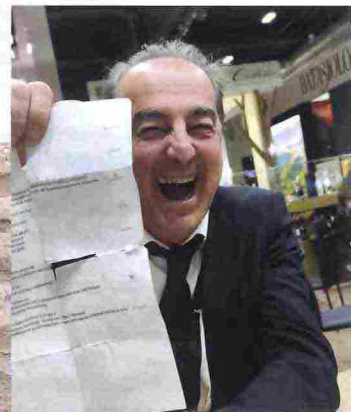
vinitaly



Alessio Pavan (links, General Manager Doppio Passo) und Giacomo Tarquini (rechts, Global Brand Director Argea) haben sich in Kooperation mit dem deutschen Entalkoholisierungspartner Rotkäppchen-Mumm um die Entwicklung einer ganzen „Anthologie alkoholfreier Alternativen“ für den italienischen Heimatmarkt und diverse Auslandsmärkte gekümmert.



Francesca Ruffini, Marketing-Managerin von Serena Wines 1881, hat mit dem Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. Brut (mit lila Etikett) und einem 0,0 Alcohol Free Sparkling (mit weißem Label) zwei Neuheiten präsentiert.



Sandro Bottega, Travel-Retail-Spezialist und hyperaktiver Macher hinter dem laut „Wine-Searcher“ „meistgesuchten“ Prosecco der Welt, hatte eine kleine handliche Liste mit Neuerungen für das Jahr 2024 am Start. Auf der Messe präsentierte er die alkoholfreie Variante eines Limoncino.



Die Leute lieben Lugana, weil sie gern am Gardasee urlaube – so eine häufig vorgetragene Schlussfolgerung. Tatsächlich kommt auf jeden Urlauber eine Flasche Lugana, rechnet Edoardo Peduto, Präsident des Konsortiums, anhand der fast 28 Millionen produzierten Flaschen (2023) Lugana vor.



26.000 Hektar und Pinot-Grigio-Erzeuger in drei Regionen – die DOC delle Venezie ist groß. Nazareno Vincenzi ist in der Verwaltung für önologische Fragen verantwortlich. In Zukunft möchte die DOC stärker auf Herkunft, den Pinot Grigio Ramato und Schaumweine setzen.