



CONSORZIO
DEL VINO NOBILE
DI MONTEPULCIANO

Dal 27 al 29 marzo il Consorzio sarà presente all'importante fiera in Germania

PRO WEIN: DA DUSSELDORF RIPARTE LA PROMOZIONE DEL VINO NOBILE

Dopo i successi delle Antepreme, negli Usa e in Toscana, il Consorzio del Vino Nobile è pronto per una delle fiere di riferimento per il mercato Mitteleuropeo. Alla vigilia della Pro Wein si parla di buon andamento dei mercati del Nord. I tedeschi vogliono tradizione e qualità

Halle 3 Stand H124 (spazio collettivo di Toscana Promozione). Sono queste le coordinate per raggiungere alla Fiera di Dusseldorf lo stand del Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano che dal 27 al 29 marzo sarà impegnato nella città tedesca per il tradizionale appuntamento con la Pro Wein. Sarà l'occasione per presentare al mercato tedesco le nuove annate in commercio, Nobile 2008 e le Riserve 2007, ma anche il Rosso di Montepulciano DOC che negli ultimi anni ha rafforzato il proprio primato nei consumi internazionali. Molte le etichette rappresentate in Germania dal Consorzio, con l'intento di incontrare i principali buyers del settore per sostenere la risalita del mercato tedesco dopo la flessione registratasi negli anni passati.

Tra le iniziative in programma **una degustazione il 27 marzo alle ore 14.30 presso il Congress Center della Fiera** e guidata dal giornalista enogastronomo tedesco Steffen Maus, che presenterà ad esperti, giornalisti e operatori le caratteristiche dei vini toscani, in particolare delle etichette di Vino Nobile che hanno superato la Selezione dei Vini di Toscana.

La Toscana del vino, da sempre maggiore punto di riferimento per la Germania, torna a puntare in maniera massiccia sul mercato tedesco con numerose azioni di promozione a partire proprio dalla presenza in fiera a Dusseldorf. «Possiamo tornare ad affermare – spiega il coordinatore del Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano, **Paolo Solini** – che i mercati dell'Europa centrale rappresentano oggi un importante sfogo per il commercio estero dei nostri vini e rafforzare questa presenza con azioni mirate non può che migliorare la percezione del Vino Nobile».

Il 2011 intanto è partito di nuovo col segno più per il Vino Nobile di Montepulciano che secondo i dati del Consorzio avrebbe già migliorato, in termini di distribuzioni fascette, il primo trimestre 2010. Nel 2010 a Montepulciano si è registrato un vero e proprio "sold out", con un incremento dell'immissione nel mercato di bottiglie rispetto al 2009 (circa 200 mila tra Nobile e Rosso), con oltre 8 milioni di bottiglie per il Nobile e 2,7 milioni per il Rosso. Per quanto riguarda il mercato del Vino Nobile si conferma la tendenza all'esportazione con il 59% di prodotto mentre il restante 41% è stato destinato al mercato nazionale con in testa Toscana (circa il 60 per cento) e Nord Italia (il 17%), ma significativo è anche il dato della vendita diretta in azienda (11%). L'export del Nobile si è rivolto come al solito soprattutto verso mercati storici come la Germania (37 per cento) e la Svizzera (19%) seguiti dal Regno Unito (11 per cento). Si sono riconfermati in forte crescita anche i mercati Usa (14%) e quello asiatico (oltre l'8%).

Singolare il sistema di vendita in Germania: se in Italia il Vino Nobile vede la ristorazione e le enoteche al primo posto (rispettivamente 80 e 15 per cento) in Germania viene venduto in maniera equilibrata secondo vari canali. Prevalgono tuttavia le enoteche (o meglio ancora i negozi di "delicatessen") e i ristoranti (entrambi con una quota del 25%).

Montepulciano, 24 marzo 2011, c.s. 06