

FederDoc tra i protagonisti della Milano Wine Week

written by Marco Salvaterra | 13 luglio 2021

La Confederazione Nazionale dei Consorzi volontari per la Tutela delle Denominazioni dei vini italiani conferma la sua presenza alla manifestazione milanese

Riccardo Ricci Curbastro, Presidente Federdoc, premia il respiro internazionale della manifestazione: “La partita del vino si gioca sempre più sulla capacità di performare sui vari mercati”



Milano Wine Week

“Per Federdoc è importante confermare la propria presenza nell’ambito di Milano Wine Week – sottolinea Riccardo Ricci Curbastro, Presidente Federdoc – soprattutto perché il respiro sempre più internazionale della manifestazione è perfettamente in linea con quelle che sono le aspettative e le esigenze dei Consorzi. La partita del vino si gioca sempre più sulla capacità di performare sui vari mercati. La priorità è quella di ripartire, di ricominciare a promuovere le denominazioni, i territori, di riprendere i contatti in presenza. In tal senso Milano Wine Week è la prima manifestazione del settore che offre questa opportunità, ponendosi come una sorta di contenitore in grado di garantire sia incontri con pubblico e operatori nazionali che contatti diretti con player stranieri ai quali raccontare il mondo dei Vini a D.O. Ci convince la politica di internazionalizzazione attuata quest’anno MWW, che si potenzia fino a raggiungere 11 città (Montreal, Toronto, New York, Chicago, Miami, Londra, Mosca, Shanghai, Shenzhen, Tokyo, Hong Kong) in 7 mercati chiave per l’export viticolo (Usa, Canada, Regno Unito, Russia, Cina, Hong Kong e Giappone). Una bella occasione per i Consorzi di tutela per entrare nuovamente in contatto con gli operatori che agiscono sui principali mercati mondiali”.

La Milano Wine Week è una grande occasione di visibilità per tutti gli attori in gioco e l’impegno – sempre più ampio – verso i mercati internazionali rappresenta un valore aggiunto imprescindibile.

“La Milano Wine Week si propone come fulcro mondiale della promozione vinicola”, afferma Federico Gordini, Presidente della Milano Wine Week. “Il mondo degli operatori del trade e della ristorazione, della stampa qualificata e degli importatori potranno vivere la manifestazione in 11 città di 7 Paesi chiave per l’export vinicolo” Quest’anno il programma internazionale di MWW si potenzia e si espande fino a raggiungere 11 città (Montreal, Toronto, New York, Chicago, Miami, Londra, Mosca, Shanghai, Shenzhen, Tokyo, Hong Kong) in 7 mercati chiave per l’export vinicolo (Usa, Canada, Regno Unito, Russia, Cina, Hong Kong e Giappone). “La crescita verso i mercati esteri rappresenta, attualmente, una delle sfide più importanti con cui si stanno confrontando le aziende del settore”, continua Gordini. “Per questo risulta fondamentale affrontare questo percorso con la giusta strategia e i corretti strumenti, combinando al meglio i diversi fattori chiave per il successo. La Milano Wine Week costituisce oggi il mix ideale: un evento diffuso che coinvolge pubblico e trade, con momenti dedicati al business e un calendario intenso di masterclass internazionali”.

Milano Wine Week si prepara quindi a cambiare radicalmente il modo di pensare la comunicazione e l’esperienza del vino, sia verso il consumatore sia verso gli operatori, in Italia e nel Mondo. Da una parte mette quindi il visitatore al centro di una rete che rende la città un luogo di esperienza del vino, dall’altra rende le occasioni dedicate al mondo del business momenti di grande efficacia.