

# Il vino Chianti alla ‘conquista’ del Sud America

written by Rivista di Agraria.org | 5 ottobre 2016

Parte oggi il Chianti Lovers LatAm Tour 2016, il primo tour del Consorzio del Vino Chianti in Sud America. Quest’anno il Consorzio ha infatti deciso, dopo gli ottimi risultati registrati lo scorso anno a Cuba in occasione della Festa dell’Avana, di esplorare nuovi paesi del Sud America per costruire nuovi rapporti commerciali e incrementare l’export in aree dove il vino toscano è ancora poco conosciuto.

Nello specifico sono cinque le tappe, con partenza alla Festa del Vino dell’Avana (oggi e domani), passando poi per Varadero (7 ottobre) dove è in programma oltre alla consueta degustazione di vini Chianti, anche due seminari professionali dedicati agli operatori, sommelier e ristoratori della Isla Grande. Il 10 ottobre trasferimento a Panama City, il 12 in Perù alla Viniteca di Lima, infine il 14 ottobre a Medellin in Colombia.

Venticinque le aziende associate aderenti che hanno fatto registrare una proposta di oltre 50 diverse etichette di Chianti d.o.c.g.

Da segnalare poi che a Cuba sarà riproposto lo speciale abbinamento ai sigari cubani Premium, grazie alla ormai consolidata collaborazione del Consorzio con Habanos SA.



“Siamo consapevoli – spiega Giovanni Busi, presidente del Consorzio del Vino Chianti – di quanto sia fondamentale affacciarsi su nuovi Paesi le cui economie sono in crescita come è in crescita l’interesse nei confronti del vino, in particolar modo quello italiano e toscano. Il Consorzio è costantemente alla ricerca di nuovi mercati per creare un nuovo sviluppo della Denominazione e il Sud America, per l’esperienza acquisita negli anni passati, può costituire un mercato di riferimento su cui investire le risorse della promozione. Tanto che nel corso del 2017, nel programma di valorizzazione consortile, abbiamo inserito una tappa a Città del Messico. L’esito di questo tour esplorativo ci permetterà di valutare se confermare, anche nei prossimi anni, l’interesse verso questi nuovi mercati e coinvolgere le aziende associate nella trasferta.”

“E’ fondamentale – spiega Marco Alessandro Bani, direttore Consorzio Vino Chianti – che in questo percorso di promozione anche le istituzioni italiane supportino la Denominazione per garantire una più efficace penetrazione in nuovi mercati compresa la semplificazione delle procedure burocratiche per introdurre il vino in questi Paesi. Occorre poi ribadire la necessità di accordi bilaterali per la riduzione dei dazi di importazione e tutela della denominazione dei marchi aziendali.”

Fonte: Consorzio Vino Chianti

05/10/2016