



DI VINO

Istituto Grandi Marchi festeggia 20 anni. 412 eventi internazionali, 129 masterclass, 125 walkaround tasting, 82 gala dinner: sono solo alcuni dei numeri del ventennale del gruppo, nato nel 2004. Un percorso intrapreso da 18 famiglie del vino unite dal desiderio di divulgare cultura, tradizioni e valori etici e sostenibili che costituiscono l'eccellenza del vino made in Italy. Condotte anche sette ricerche di mercato in collaborazione con Wine Monitor **Nomisma**.

Sono i wine lover americani il vero affare per il food system italiano, cresciuti nel 2023 per numero, 4 milioni di presenze, e spesa 6,4 miliardi di euro. Secondo **Roberta Garibaldi**: «Le attività più apprezzate sono recarsi in un ristorante per un'esperienza culinaria memorabile (60%), di alto livello/gourmet (46%)». Il 49% dei wine traveler americani ha mangiato o bevuto in un ristorante o bar famoso o storico, rispetto al 34% degli altri viaggiatori.

I dati dell'andamento meteo e la loro analisi in chiave di cambiamento climatico sono uno dei progetti del **Consorzio Franciacorta** che ha presentato il report delle attività del suo centro di ricerca e sviluppo. Tra i temi il miglioramento genetico, il monitoraggio dei sistemi di pressatura, i nuovi disciplinare del **Curtefranca** e del Franciacorta e la **Carta delle Unità Geografiche**.

Le giovani generazioni cercano vini più piacevoli, meno complessi ed impegna-

tivi, con più attenzione ai bianchi ed un crescente apprezzamento per i rosati. Con un evento-esperimento alle **Cantine Briziarrelli** di Bevagna, sono state messe a confronto le modalità e la tipologia di consumo di due generazioni distinte, la GenZ e quella dei più "esperti". Ad interessare alle giovani generazioni, sono vini con gradazioni alcoliche contenute, acidità spiccate e profumi primari ben in evidenza, prezzi rigorosamente sotto i 20 euro.

Fatturato record per Mionetto nel 2023: 153,4 milioni di euro. L'azienda ha registrato un aumento dei ricavi a doppia cifra, + 10% rispetto all'anno precedente. Il risultato è stato accompagnato da un incremento delle vendite globali, con un totale di 42,7 milioni di bottiglie. Numeri che testimoniano il grande impegno per l'affermazione del *brand* in Italia (+5%) e sul fronte export - che segna un + 11,45% e che rappresenta il 78% del fatturato - sia nei mercati consolidati, quali Stati Uniti d'America, Germania, Regno Unito e Polonia sia in paesi emergenti quali Francia, Svezia, Repubblica Ceca, Romania e Lituania. Il tutto grazie anche all'internazionalità e alla forza commerciale e distributiva del gruppo **Henkell-Freixenet** di cui Mionetto fa parte. E che oggi annovera 30 consociate distribuite in oltre 70 paesi del mondo. Fiore all'occhiello di questa performance, la **Prestige Collection** con la sua referenza più iconica: il **Prosecco DOC Treviso Brut**.

— © Riproduzione riservata —

