

## EXPORT: INCONTRI D'AFFARI INTERNAZIONALI PER PROMUOVERE IL LAMBRUSCO

*Per 40 imprese di Modena, Reggio Emilia, Mantova e Parma 3 giorni di incontri b2b con  
27 operatori commerciali europei, russi e nord americani del settore vinicolo*

Vino italiano nel mondo, un business da 3 miliardi in sei mesi, +3,1%  
Prime destinazioni: USA, Germania, UK, Svizzera e Canada  
+15% Giappone e Russia  
Il vino rappresenta i due terzi delle bevande esportate

18 ottobre 2019 - Nell'ambito delle azioni promozionali collegate al Concorso Enologico "**Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco**", le **Camere di commercio di Modena e Reggio Emilia** in collaborazione con i Consorzi di Tutela del Lambrusco di Modena e di Reggio Emilia e con l'Enoteca Regionale dell'Emilia Romagna, ospiteranno dal **22 al 24 ottobre 27 operatori** esteri del settore **vinicolo** provenienti da **Europa, Russia e Nord America**, interessati a incontrare potenziali fornitori del territorio.

L'iniziativa, organizzata da **Promos Italia - sede di Modena**, ha l'obiettivo di promuovere e valorizzare il Lambrusco di qualità e le produzioni dei vini del territorio qualificati principalmente con i marchi D.O.P. e I.G.P., favorendo l'affermazione commerciale delle eccellenze dei vini italiani nei mercati internazionali. Per farlo, Promos Italia ha programmato nella sede camerale di Reggio Emilia **3 giornate di incontri b2b con 40 aziende** produttrici di Lambrusco delle province di **Reggio Emilia, Modena, Mantova e Parma** che parteciperanno alla 10<sup>a</sup> edizione del Concorso Enologico "Matilde di Canossa – Terre di Lambrusco".

A imprenditrici e imprenditori italiani verrà data la possibilità di **far visitare la propria azienda a 27 buyer** esteri e di partecipare a un **workshop propedeutico** con lo scopo di fornire loro competenze specifiche su alcuni temi legati alla gestione dell'export, tra questi: importanza della comunicazione con i potenziali buyer/clienti, come affrontare i mercati internazionali, diversità di cultura dei mercati esteri che comportano differenti approcci commerciali.

*"Si tratta – sottolinea il presidente della Camera di Commercio di Modena, **Giuseppe Molinari** – del più alto numero di buyer stranieri registrato in contemporanea nelle aree di produzione del nostro vino tipico; insieme alla Camera di Commercio di Reggio Emilia, infatti, abbiamo condiviso l'idea di realizzare una "tre giorni" che consentisse alle aziende in concorso di presentarsi sulla scena internazionale più ampia possibile, coinvolgendo mercati sui quali il Lambrusco può rafforzare le posizioni già acquisite, ma anche aree che ancora conoscono poco le nostre eccellenze vinicole e, per condizioni economiche e culture, si prestano ad un rafforzamento delle strategie di vendita che determinino più significative penetrazioni".*

*"Mai si era registrata una così rilevante mobilitazione di operatori stranieri – aggiunge il presidente della Camera di Commercio di Reggio Emilia, **Stefano Landi** – associata a quella straordinaria partecipazione*

*delle aziende che va a confermare in modo esplicito quanto il Concorso enologico Matilde di Canossa-Terre di Lambrusco sia considerato uno strumento di reale valorizzazione e promozione commerciale delle nostre eccellenze vinicole”.*

*“Valorizzare le eccellenze del territorio è il miglior modo per promuovere il Made in Italy nel mondo – spiega **Giovanni Da Pozzo**, Presidente di Promos Italia – Il Lambrusco, vino italiano più esportato e più venduto in Italia, rappresenta il fiore all’occhiello della produzione enologica emiliana e grazie a questi 1000 incontri di business sul territorio diamo l’opportunità ai produttori locali di avviare relazioni di business internazionale, oltre che di far conoscere le aziende in cui nasce il vino italiano più famoso nel mondo”.*

#### **I DATI**

**Vino italiano nel mondo: un business da 3 miliardi nei primi sei mesi del 2019, +3,1%.** Le maggiori destinazioni sono Stati Uniti con 736 milioni di euro (+1,9%), Germania con 514 milioni (+3,7%) e Regno Unito con 342 milioni. Superano i 100 milioni in sei mesi anche Svizzera e Canada. Tra le prime forte crescita,+15%, per Giappone e Russia. Aumentano del 20% anche Polonia e Repubblica Ceca. In generale è comunque l’Unione Europea ad assorbire la metà dell’export italiano di vini seguita dall’America settentrionale (29,5%) e dagli altri Paesi europei non UE (10%). Il vino rappresenta i due terzi delle esportazioni nazionali di bevande (68,2%) e il 16,8% di tutto il settore agroalimentare. Emerge da un’elaborazione della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi e di Promos Italia, la struttura del sistema camerale italiano a supporto dell’internazionalizzazione delle imprese, su dati Istat.