IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

# Vinitaly Usa: il vino italiano protagonista a Chicago

La presenza di Coldiretti e Filiera Italia al Vinitaly USA di Chicago del 5 e 6 ottobre scorsi punta a rilanciare il consumo consapevole e la conoscenza delle eccellenze del Vigneto Italia. L'iniziativa segue il recente riconoscimento dell'Onu che ha confermato il ruolo positivo del vino, in giuste quantità, all'interno della Dieta Mediterranea. «In giuste quantità il vino è parte integrante della Dieta Mediterranea e siamo orgogliosi che ciò sia stato riconosciuto nel documento Onu, rimarcando la differenza tra un consumo consapevole equilibrato di vino di qualità, i cui effetti sono positivi, e invece un consumo dannoso da abuso di alcool di pessima qualità che con il nostro bere, con lo stile di vita associato al nostro vino non ha nulla a che fare» ha sottolineato Luigi Scordamaglia, Capo Area Mercati, Internazionalizzazione e Politiche Comunitarie di Coldiretti e AD di Filiera Italia. Il settore del vino italiano è uno dei pilastri dell'agroalimentare nazionale con 14,5 miliardi di euro di fatturato complessivo, 681.000 ettari di vigneti e 570 varietà indigene autoctone, un primato mondiale.

Il percorso di degustazioni nello stand Coldiretti al Navy Pier di Chicago è stato curato da Diana Lenzi, responsabile vitivinicola Coldiretti. Un viaggio che va dalla Sicilia e i suoi terroir ai grandi bianchi italiani, passando per la piramide qualitativa (IGT, DOC e DOCG), fino alle bollicine che trainano l'export. Spazio anche ai vitigni autoctoni minori proposti da Italian Bunch, a degustazioni di vini da aperitivo, a un focus sul Nebbiolo e a un'esperienza sul ruolo del Mediterraneo nell'influenzare i vini. «A raccontarlo al Vinitaly di Chicago sarà una selezione di eccellenze che va dalle denominazioni più note sulle tavole a stelle e strisce a quelle caratteristiche dei vari territori – dichiara Carmelo Troccoli, direttore generale di Fondazione Campagna Amica – a partire dalle aziende di Campagna Amica per le quali l'evento rappresenterà una nuova tappa del percorso di internazionalizzazione avviato». L'obiettivo è intercettare i giovani tra i 30 e i 40 anni, sempre più orientati a una wine experience qualitativa e legata all'enoturismo. Una tendenza che traina anche la richiesta di bottiglie pregiate e il turismo esperienziale legato al vino. Il Vinitaly USA è anche occasione per promuovere l'Accademia della cultura enogastronomica italiana, realizzata con il Ministero degli Esteri. Il progetto intende diffondere i valori del Made in Italy – qualità, sostenibilità, legame con i territori – e formare nuove competenze attraverso scuole, università e professionisti del settore.