



CAMERA di COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA MONZA BRIANZA

Tel. 0392807521 – 0392807511



Ai margini di Vinitaly, il Salone Internazionale del vino e dei distillati

UN BRINDISI CHE VALE PIÙ DI 11 MILIARDI DI EURO

Questo il valore del brand legato all'immagine e alla visibilità dei principali prodotti vinicoli italiani. Ai primi posti la Toscana con il Chianti, il Veneto con il Prosecco di Valdobbiadene e l'Abruzzo con il Montepulciano

Monza, 9 Aprile 2014. Eccellenze in vetrina. Il “Made in Italy” riconosciuto nel mondo oggi è protagonista a Milano con il Salone Internazionale del Mobile e a Verona con l'ultima giornata di Vinitaly. Legno-arredo e enogastronomia: due settori di punta del sistema delle imprese italiane e comparti trainanti dell'export non solo in termini di bilancia commerciale ma anche di riconoscibilità e reputazione a livello internazionale.

Prodotti che valgono come marchi in sé e che apportano anche un valore aggiunto al Made in Italy.

E proprio il brand legato all'immagine e alla visibilità di alcuni dei principali prodotti vinicoli tipici italiani vale oltre 11,5 miliardi di Euro, secondo una stima dell'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza.

La classifica delle “cantine” del BelPaese con le etichette più conosciute nel mondo è guidata da un rosso, il Chianti toscano, il cui “marchio” vale 1,6 miliardi di Euro. Un aperitivo con le bollicine del Prosecco veneto Valdobbiadene ha un valore, in termini di reputazione economica, di 1,2 miliardi di euro. Se con carni dal sapore forte l'abbinamento è con un Montepulciano d'Abruzzo, in realtà si sta bevendo un vino il cui brand si attesta a più di 1,1 miliardi di euro. Nel tour enologico, troviamo poi il Piemonte con il Barbera e ancora il Veneto con il Soave (i cui brand valgono entrambi oltre 1 miliardo di euro). Con un marchio di 700 milioni di euro c'è il Brunello di Montalcino toscano seguito dal lambrusco dell'Emilia-Romagna (quasi 600 milioni di Euro) e dal Franciacorta (578 milioni di Euro).

E' quanto risulta da una stima dell'**Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza**, relativo al progetto ERI (Economic Reputation Index) a partire da Anholt Brand Index, su dati Registro Imprese, Istat, Istituto Tagliacarne, Federdoc, Ismea, Consorzi di tutela. Il valore del brand dei principali prodotti vinicoli è stato calcolato sulla base di alcuni parametri economici e di immagine, tra i quali i flussi del turismo enogastronomico, il valore dell'export del prodotto, la conoscenza del prodotto stesso all'estero e in Italia, il valore economico della zona di produzione.

Valore del brand di alcuni vini italiani

Chianti	1.628.663.000
Prosecco Valdobbiadene	1.230.709.000
Montepulciano d'Abruzzo	1.112.688.000
Barbera	1.097.649.000
Soave	1.066.151.000
Brunello di Montalcino	688.275.000
Lambrusco	591.675.000
Franciacorta	578.180.000
Amarone Valpolicella	495.977.000
Bardolino	482.674.000
Marsala	446.249.000
Barolo	302.698.000
Oltrepò Pavese	298.463.000
Castelli Romani	253.890.000
Barbaresco	233.697.000
Bonarda dell'Oltrepò Pavese	201.065.000
Primitivo di Manduria	193.775.000
Cannonau di Sardegna	187.157.000
Morellino di Scansano	162.733.000
Bolgheri Sassicaia	93.517.000
Sannio Falanghina	88.841.000
Cirò	60.628.000
Greco di Tufo	59.271.000
Grignolino d'Asti	22.153.000
Sforzato della Valtellina	9.423.000

Fonte: Stima dell'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza, relativo al progetto ERI (Economic Reputation Index) a partire da Anholt Brand Index, su dati Registro Imprese, Istat, Istituto Tagliacarne, Federdoc, Ismea, Consorzi di tutela