

Tradizione e Biodiversità

Nel panorama vitivinicolo italiano si fa spazio una pregiata collezione in esclusiva per la ristorazione

Ha debuttato a settembre l'innovativa collezione di vini firmata **Marchiopo**, progetto nato nel 2004, per dare forma a un'idea dell'imprenditore veneto **Giovanni Marchiorello**.

Suggestivo e di sicuro impatto il gioco di parole insito nel nome del nuovo brand, che rievoca l'esploratore della via della seta e l'incontro di Venezia e della cultura europea con quella del sol Levante.

Alla base di Marchiopo c'è una ricerca innovativa che non dimentica le tradizioni, ma punta piuttosto sulla *biodiversità* dei vini che fanno grande il patrimonio della cultura vitivinicola italiana.

La collezione si propone non solo come semplice soggetto d'intermediazione commerciale tra produttore e mercato, ma anche come interprete delle potenzialità produttive del territorio vitivinicolo, con l'obiettivo di trasmetterle attivamente al consumatore.

Un'impresa affrontata con entusiasmo e rigore, nella convinzione che la declinazione di questa nuova filosofia trovi il suo spazio e incontri l'interesse del pubblico più esigente, in una consapevole sfida con un mercato complesso, ma proprio per questo stimolante.

ACQUISITORE DI FILIERA

Marchiopo si avvale di un proprio staff tecnico diretto dal "mastro vinaio" Fabrizio Zardini e della società Enoricerche che in collaborazione con qualificati produttori vitivinicoli *progetta e realizza* i vini offerti.

Il grande plus di Marchiopo risiede nel suo accurato disciplinare che garantisce parametri di filiera attraverso precisi controlli condivisi da ogni singolo produttore.

Su queste basi sono stati creati prodotti che, senza abbandonare il solco delle tradizioni, presentano caratteristiche innovative, puntando ad esaltare sapori e profumi originali.

LA SELEZIONE

Ci si rivolge prevalentemente alla selezione di vini di uve autoctone del panorama produttivo italiano. L'intento è quello di rappresentare le diverse realtà territoriali ed offrire in esclusiva alla ristorazione una gamma di elevata qualità. Nel tempo, il marchio offrirà sicuramente la più ampia possibilità di raccogliere questo patrimonio.

Dinamico il ruolo dell'azienda anche nell'ambito della ricognizione territoriale che mira ad una significativa azione di recupero di quelle situazioni in via di estinzione, che meritano di essere salvate e salvaguardate.



L'Amarone della Valpolicella Classica, quasi un capostipite dei rossi e il Salina Bianco, espressione della tradizione mediterranea

versità'



Eau de Vie de Biere: una birra particolare, appositamente prodotta per essere distillata, costituisce il cuore di questa acquavite che ne riporta i sentori della spuma e del luppolo sapientemente dosato. Totalmente privo di alcol metilico, il prodotto è particolarmente digeribile.

I DISTILLATI

Giovanni Marchiorello ha inoltre chiesto a Vittorio Capovilla di distillare con Marchiopolo e per Marchiopolo vinacce selezionate della Valpolicella e uve di moscato dei Colli Euganei; pere raccolte da alberi secolari non trattati del Trentino e dell'Alto Adige; e... una sorprendente acquavite ottenuta da una birra appositamente prodotta.

IL SISTEMA DI VENDITA

Il sistema tradizionale viene affiancato da interessanti alternative e la proposta di vendita è caratterizzata da un ottimale rapporto tra capacità produttiva, competitività del costo, attenzione al gusto del cliente; in termini distributivi, poi, si sono implementate dinamiche efficienti e capillari.

LA RICERCA

In questo ambito il focus è posto sul rapporto vino-salute e sull'immagine del prodotto quale componente di un sistema del benessere, mettendo in rilievo le caratteristiche tipiche di ogni varietà di uva e del vino che se ne ottiene. Se, infatti molti sono i principi attivi contenuti nel vino, d'altro canto si può affermare che ogni vino ha la sua ricetta.

VINO E... DINTORNI

Saranno definiti e programmati di anno in anno vari eventi, privilegiando contatti al massimo livello con il mondo artistico-culturale e, alternativamente, con quello sportivo.

Si tratta di eventi prestigiosi e impegnativi, che costituiranno forte beneficio nei confronti non solo delle vendite, ma anche e soprattutto dei produttori.

LE TIPOLOGIE

La selezione del debutto propone dieci tipologie differenziate (Amarone, Malvasia delle Lipari, Moscato di Basilice, Negromaro del Salento, Nero d'Avola, Perricone Monreale, Pignola, Primitivo, Salina e Verdeca) che fanno percorrere, in un viaggio virtuale, l'emozione del gusto dalla Sicilia alla Valtellina.

Innovativo anche il design del packaging che si impreziosisce di un'originale etichetta e di una chiusura distintiva, in sostituzione della classica capsula.

Marchiopolo Srl
Via Remigio Paone, 2
20153 Milano
Tel 02 45281744
www.marchiopolo.it