

[Annunci Google](#)
[Cronaca](#)
[Yahoo News](#)
[Agenzia Roma](#)
[Roma Servizi](#)
[WWW News It](#)

## CHAMPAGNE: UNIVERSITA' PAVIA, PRODOTTO SENZA RIVALI

Condividi  
 11:14 17 DIC 2010

(AGI) - Roma, 17 dic. - Il successo risiede nella capacità dei produttori di far fronte comune per la sua valorizzazione e la sua difesa: è un prodotto senza rivali sulla scena competitiva internazionale. Si tratta, come si legge in una nota correlata dall'indagine Strategie di marketing delle aziende vitivinicole nella regione dello Champagne, svolta dall'Università di Pavia su commissione dello studio di consulenza specializzato nel settore vinicolo Maurizio Rocchelli, dello famoso Champagne. "1.500 anni di storia, 34.000 ettari, 3,7 miliardi di euro di giro d'affari, oltre 15.000 vigneroni che complessivamente possiedono quasi il 90% dei vigneti di Champagne e 325 grandi e piccole maisons, che commercializzano il 66% del prodotto, pur essendo proprietari solo di poco più del 10% del vigneto: sono questi - continua la nota - i numeri dello Champagne, di cui fanno parte operatori diversi per forma societaria, proprietà del vigneto, dimensione aziendale, capacità produttiva e orientamento strategico. (AGI) Pat (Segue)

Tags: [Ardenne](#), [Università Pavia](#), [Maurizio Rocchelli](#)

[Annunci Google](#)
[Cronaca](#)
[Champagne](#)
[Ultime News](#)
[News Sicilia](#)
[Italia News](#)

## CHAMPAGNE: UNIVERSITA' PAVIA, PRODOTTO SENZA RIVALI (2)

Condividi  
 11:14 17 DIC 2010

(AGI) - Roma, 17 dic. - "Eppure a prevalere nel gioco dei singoli e diversissimi interessi è la regia - si legge nella nota - delle organizzazioni di tutela e valorizzazione del prodotto, tra le quali l'esempio più forte è senz'altro quello del CIVC? Comiti Interprofessionnel du Vin de Champagne. Pensate come luogo in cui gestire le tensioni per arrivare ad un equilibrio di valorizzazione comune a livello produttivo, economico-sociale, ambientale e di marketing, queste organizzazioni sono un caso più unico che raro nel panorama vinicolo internazionale e rappresentano il vero punto di forza di questa regione, che con ferrea determinazione non perde mai di vista l'obiettivo comune a cui ogni particolarismo deve sottostare a partire dalla corretta difesa, promozione e valorizzazione del nome Champagne. Questa attività, rivolta fortemente verso l'esterno è attuata anche grazie ad una rete di appassionati ambasciatori internazionali, tra i quali il milanese Marco Chiesa, neo eletto Ambasciatore Europeo dello Champagne che, consultato dalla Maurizio Rocchelli, conferma: "Il mondo dello Champagne ha una straordinaria caratteristica: è composto da persone assai differenti tra loro, che rispecchiano tale differenza nei vini che producono e guidano aziende di dimensioni estremamente diverse, inserite in contesti che spesso hanno poco in comune, eppure lottano tutti, perfettamente uniti, per lo stesso obiettivo. Certo, non sono mancati, oggi come in passato, i momenti di contrasto, ma vengono sempre risolti in nome dello Champagne, visto non solo come grande vino, ma come supremo patrimonio comune".

Tags: [Ardenne](#), [Maurizio Rocchelli](#), [Marco Chiesa](#)