Dalla Milano Wine Week una raccolta fondi per gli ospedali di Bergamo

share-italian-wine-gofundme-1-c40f14d5

29Parte da **Milano Wine Week** un accorato appello al mondo vinicolo, italiano e internazionale, perché faccia la sua parte nell'offrire un **supporto concreto e immediato alla comunità bergamasca**, di gran lunga quella più ferita dalla grave emergenza sanitaria in corso nel Paese.

Il team organizzativo della più grande manifestazione vitivinicola milanese, prodotta dalla **Format Division di SG Company** e la cui terza edizione si svolgerà dal 3 all'11 ottobre prossimi, ha lanciato una raccolta fondi per supportare due strutture ospedaliere – il **Policlinico San Pietro** di Ponte San Pietro e il **Policlinico San Marco** di Zingonia, appartenente al Gruppo San Donato – nell'epicentro dell'emergenza e in prima linea nella cura dei pazienti affetti dal nuovo **coronavirus** (360 quelli con problemi respiratori gravi attualmente in cura).

"Fermo restando il nostro impegno a riabilitare nel medio e lungo termine l'immagine del vino italiano, il nostro sguardo – spiega **Federico Gordini**, Presidente di Milano Wine Week 29– non può che essere rivolto anche e soprattutto al presente. E' per questo che abbiamo scelto di supportare due presidi ospedalieri che si trovano in provincia di Bergamo, epicentro dell'emergenza. Tutti i fondi raccolti saranno devoluti per l'acquisto di materiali e apparecchiature specifiche atte al miglioramento della Terapia Intensiva e Sub Intensiva, in primis caschi respiratori e camici monouso e sterili per il personale sanitario". Le donazioni sono libere e possono essere effettuate tramite la piattaforma Gofundme a questo link.

Parallelamente Milano Wine Week guarda al futuro e lancia un **appello a tutti gli operatori del settore** affinchè facciano fronte comune allo scopo di **riabilitare su scala internazionale l'immagine dell'Italia e delle sue eccellenze agroalimentari, in primis il vino**. Il fatto che il nostro Paese sia stato il primo dopo la Cina a vivere questa gravissima emergenza ha portato infatti a un'attenzione mediatica che spesso si è tradotta negativamente sull'immagine delle nostre eccellenze. Da questi presupposti è nata una campagna di comunicazione digitale che si pone l'obiettivo di celebrare quello

che l’Italia porta nel mondo: qualità, gusto, territorio, filiera, ricerca, artigianalità.

Una campagna realizzata totalmente in inglese che si baserà su brevi video che vedranno protagonisti produttori, manager, importatori, influencer, opinion leader, sommelier, ristoratori e innovatori del settore vinicolo di tutto il mondo. Attraverso un breve video di 60’’, registrato direttamente con il proprio smartphone, viene chiesto agli operatori del settore di diventare voce e volto dell’eccellenza italiana del vino.

Per rendere ancora più efficace la campagna la richiesta è quella di inserire nelle comunicazioni social delle aziende e dei consorzi gli hashtag **#shareitalianexcellence** e **#shareitalianwine** taggando la pagina **@shareitalianwine**.

“In un momento come questo – dice Gordini - riteniamo necessario lanciare un grande messaggio a tutto il mondo: l’Italia del vino e dell’eccellenza non si ferma e continua a lavorare per portare sulle tavole di tutto il globo il nostro straordinario territorio. Un’Italia del vino che, da questa emergenza, sta comprendendo sempre di più la necessità di rafforzare – in alcuni casi di costruire - la sua presenza digitale, sia nella comunicazione che nelle vendite”.

“Vogliamo creare – conclude Gordini - una grande community di persone che amano l’Italia e desiderano sostenere, soprattutto in questo momento, i valori del mondo del vino italiano. Un’eccellenza che non si ferma. Per questo chiediamo a tutte le aziende, i Consorzi, gli opinion leader e gli operatori del vino italiano di condividere questo messaggio e di invitare tutti i contatti della famiglia internazionale del settore a fare altrettanto. Dobbiamo essere tutti uniti nel sostenere il vino e le eccellenze italiane”.