Beer & Food Attraction, Gruppo Montelvini: arriva il brand green Monvin

20230217184122monvin-b29e6a3b

La sostenibilità come valore autentico, identitario e riconoscibile: si basa su questo presupposto Monvin, brand del **Gruppo Montelvini** dedicato al vino in fusto, che sarà presente a Beer & Food Attraction, appuntamento fieristico che si svolgerà a Rimini dal 19 al 22 febbraio. La partecipazione della cantina veneta sarà l'occasione per raccontare al pubblico il lavoro etico dell'intero progetto Monvin, che si mostra sul mercato con una nuova veste, frutto di un **rebranding** che risponde a uno stile di vita contemporaneo e che fa della sostenibilità un aspetto essenziale, soprattutto tra le generazioni più giovani.

L'evoluzione di Monvin si concretizza anche con **buone pratiche operative che l'azienda mette a frutto ogni giorno**: dalla scelta di fornitori con una filiera sostenibile e certificata, alla diminuzione delle emissioni di CO_2 grazie alla riduzione nell'utilizzo del vetro, un materiale dal forte impatto ambientale. Il fusto, oltre a consentire un abbattimento dei costi di imbottigliamento, garantisce una migliore conservazione del prodotto, che mantiene una qualità costante ed elevata, con l'ottenimento di un vino premium e distintivo sul mercato. Altre attenzioni per l'ambiente derivano dalla diminuzione di inquinamento nella fase di trasporto, nell'utilizzo di energia rinnovabile prodotta tramite impianti fotovoltaici e nel riutilizzo dei fusti.

Valori come la conservazione del territorio, il consumo consapevole e il bene comune, già appartenevano alla filosofia aziendale di **Armando Serena**, fondatore e presidente di Montelvini, quando, negli anni '60, partendo dagli oltre 140 anni di impegno della sua famiglia nella produzione di vini di qualità, è stato tra i primi in Italia a introdurre in cantina la produzione di vino sfuso, e poi l'utilizzo del fusto. Queste intuizioni e questo spirito innovativo oggi fanno di Monvin un marchio all'avanguardia nel mercato.

“Il nostro obiettivo principale è far capire che il vino sfuso può essere un prodotto premium, frutto di un savoir-faire tramandato da generazioni di vignaioli”, dichiara **Alberto Serena**, CEO di Montelvini. “Mio padre è stato uno dei primi produttori in Italia a lavorare per elevare il livello qualitativo di questo prodotto, fino a pochi anni fa percepito di valore inferiore rispetto al vino in bottiglia. Con cinquant’anni di esperienza alle spalle e un investimento di oltre dieci milioni di euro solo nell’ultimo decennio in innovazione tecnologica, il brand Monvin è tra i più importanti nel commercio del vino sfuso a livello internazionale. Questa tipologia di consumo rappresenta, a mio parere, il futuro del mercato vinicolo: prodotti di qualità eccellente in formati rispettosi dell’ambiente e delle persone”.

“La sostenibilità è un valore da sempre intrinseco nel DNA di Montelvini, che va dichiarato, ma soprattutto dimostrato”, aggiunge **Sarah Serena**, direttore generale di Montelvini. “I Millennials e la Generazione Z sono sempre più orientati verso realtà attente all’ambiente, capaci di dimostrarlo attraverso azioni tangibili. Monvin ne è un esempio: il vino sfuso consente una notevole riduzione emissioni di CO2 e dei rifiuti, dovuti al packaging. Inoltre, in Italia, usiamo fusti a rendere, cosicché, dopo la sanificazione, possano essere riutilizzati; all’estero invece vengono commercializzati fusti a perdere in plastica interamente riciclabili”.