

# PUBBLICATA OGGI SU SMARTWEEK.IT INTERVISTA A MIRCO BATTISTELLA

MIRCO BATTISTELLA: SIAMO DEI RIVOLUZIONARI ENOICI!... E COSI' ABBIAMO MANDATO IL NOSTRO VINO ALLA QUEEN OF POP MADONNA!

"Arrivare a un fatturato a 5 zeri proponendo solo 2 etichette non e' stata una cosa facile, considerando che il progetto vinicolo Battistella e' una start up di appena 4 anni lanciata da due, allora, 23enni. Ringrazio pubblicamente Roberto Zucca, che nell'intervista e' riuscito a mettere in luce le basi del successo firmato Battistella e a trasmettere ai lettori di Smartweek che, come nel nostro caso, ribellarsi allo standard e andare contro corrente puo' portare cose buone. Io e Andrea siamo dei rivoluzionari enoici, ancorati alle cose migliori che la tradizione puo' dare, ma di certo non siamo dei 'nostalgici del tempo perduto'... E cosi abbiamo mandato il nostro vino anche alla Queen of Pop: Madonna".

Con queste parole, in una nota pubblicata su [www.vinibattistella.com](http://www.vinibattistella.com), l'imprenditore 28enne veneto Mirco Battistella commenta l'intervista, a firma Zucca, pubblicata oggi dalla testata giornalistica online Smartweek - <http://www.smartweek.it/vitae-il-vino-italiano-benedetto-da-madonna/> - .

Nell'articolo Mirco Battistella, guidato dal giornalista di Smartweek, affronta il successo commerciale della piccola azienda trevigiana produttrice di Prosecco DOP e di Rosso delle Venezie IGP, che in pochi anni e' riuscita a creare un brand, Battistella, portatore di forti valori riconosciuti dal mercato vinicolo internazionale, diventando un vero e proprio business case studiato nelle scuole di management. "Vitae, il nostro rosso, è un prodotto che è nato da un'intuizione mia

e di Andrea circa 4 anni fa. Fino al 2009 l'uva dei terreni della mia famiglia era sempre stata venduta ad altre cantine di cui i miei genitori erano soci. Noi abbiamo deciso di produrre le uve col marchio Battistella e abbiamo lanciato sul mercato prima 'Battistella, il Prosecco', poi 'Vitae', che è un vino creato per il cosiddetto 'mercato

del wellness" si legge nell'intervista. "Madonna ha ricevuto delle

bottiglie del nostro vino qualche mese fa, ma sono molti i personaggi dello showbiz che hanno iniziato a farsi indiretti testimonial del nostro vino dall'alto contenuto di polifenoli: Battistella Vitae Rosso delle Venezie IGP" afferma Mirco Battistella nell'intervista.

"Esportiamo attualmente in 14 Paesi nel mondo e siamo riusciti ad entrare nel mercato orientale, un mercato molto limitato per la massiccia presenza dei vini francesi e delle loro cantine, superiori a noi italiani dal punto di vista degli investimenti relativi alla conoscenza del prodotto" prosegue Mirco Battistella nell'intervista pubblicata al link

<http://www.smartweek.it/vitae-il-vino-italiano-benedetto-da-madonna/> .

"Speriamo che il nostro caso imprenditoriale sia di stimolo per tutti

i giovani che, in questa Italia, si sentono spesso poco valorizzati quando non esclusi sia dal processo decisionale politico che dal comparto economico -continua Mirco Battistella. Io personalmente ritengo che se abbiamo un sogno possiamo realizzarlo, magari andando pure contro corrente e facendo la figura dei visionari! Il mio approccio alla vita e' quello che in economia viene definito 'Blue Ocean Strategy'!"

conclude Battistella nella nota pubblicata su [www.vinibattistella.com](http://www.vinibattistella.com).