



Italian Wine & Food Institute

60 East 42nd Street - Suite 2214 - New York, NY, 10165

Tel.: 212 867 4111 - Fax 212 867 4114

E-mail: iwfi@aol.com - www.iwfinews.com

B R I T A L I A



Il ciclo delle iniziative vinicole connesse con Britalia

GRANDE SUCCESSO DEI VINI ITALIANI DA EDINBURGO AD HONG KONG

Londra, 13 gennaio - - - Si è concluso, con un grandissimo successo, il ciclo di iniziative in favore dei vini italiani tenutesi nell'ambito della promotion Britalia del Gruppo dei Grandi Magazzini Harvey Nichols di Londra.

Il ciclo di iniziative a carattere globale, che non ha precedenti, è iniziato il 20 ottobre, con una grande presentazione nella residenza dell'Ambasciatore italiano a Londra, ed è proseguito presso le sedi del Grande Magazzino Harvey Nichols di Edimburgo, il 21 novembre, di Londra, il 23 novembre, di Dublino, il 25 novembre e presso le due sedi di Hong Kong, il 13 dicembre a Pacific Place e il 15 dicembre a Landmark.

Le iniziative hanno permesso di presentare un'ampia selezione di grandi vini italiani, provenienti dalle principali aree produttive, in uno dei grandi magazzini di maggior prestigio ed eleganza del mondo nel contesto di una grandissima iniziativa in favore del *Made in Italy*. La manifestazione, ovviamente impegnativa e complessa data anche la sua estensione territoriale, ha comportato un accurato lavoro di preparazione che è stato alla base del suo successo.

Particolarmente significativo l'accoppiamento dei grandi vini italiani con i più famosi e significativi nomi del *Made in Italy*, in una promotion di grande rilievo, e la loro esposizione nelle vetrine esterne delle sedi di Harvey Nichols da Edimburgo ad Hong Kong, viste da milioni di persone, che ha dato una grandissima e prestigiosa visibilità al vino italiano nel suo complesso ed esteso enormemente l'effetto delle iniziative vinicole.

Decisamente importante e in linea con i tempi, l'inserimento (foto delle bottiglie e descrizione) dei vini presentati ai Wine Tastings, nella web page della promotion per permetterne l'acquisto "on line" in ogni parte del mondo. Tale inserimento ha moltiplicato ed esteso il valore propagandistico, territoriale e commerciale delle iniziative in favore dei vini inserite nella promotion BRITALIA.

Altrettanto importante ed utilissima la creazione del sito web (rulebritalia.org) che, sin dalla fase iniziale della promotion, ha permesso la diffusione di tutte le relative informazioni e successivamente la pubblicazione di tutta la documentazione con un tempestivo e rapido accesso alla stessa.

Alle iniziative si è avuta la complessiva presenza di oltre 2.000 accuratamente selezionati ospiti, che includevano i principali Wine & Food Editors locali, operatori, personalità e VIP, che hanno gremito le grandi ed eleganti aree ove sono state allestite le Wine Stations.

Gli ospiti hanno potuto degustare oltre quaranta grandi vini, personalmente presentati dai loro produttori, ed ampiamente illustrati negli eleganti cataloghi a colori appositamente stampati per i vari eventi.

Molta attenzione è stata posta nella selezione delle case partecipanti scegliendo nomi di alto prestigio, in rappresentanza delle più importanti zone produttive del paese, per presentare alcuni dei più famosi vini italiani. Requisito essenziale per la partecipazione è stata inoltre la presenza del titolare o di un qualificato rappresentante dell'azienda e la esistenza dell'importatore, nei paesi ove si sono tenute le iniziative.

I vini presentati hanno quindi permesso di fornire un quadro della migliore produzione italiana, sia per tipologia di vini che per zone di produzione dal Trentino alla Sicilia, dal Piemonte alla Puglia, dalla Toscana al Friuli Venezia Giulia e dall'Umbria alla Sardegna.

Alle degustazioni hanno complessivamente partecipato le case: Argiolas, Allegrini, Castello di Ama, Castello di Querceto, Contratto, Ferrari, Guicciardini Strozzi, Donnafugata, La Spinetta,

Piera Martellozzo, Pasqua, Pio Cesare, Podere San Cristoforo, San Polo, Michele Satta, Luisa Todini e Vespa Vignaioli.

Fra i vini presentati l'Allegrini, Palazzo della Torre, Veronese IGT 2013; lo spumante Ferrari Maximum Brut Trento DOC NV ed il Ferrari Maximum Rosé Trento DOC NV; il Nero d'Avola, Mille e una Notte 2011 e il Ben Ryè Passito di Pantelleria DOC 2014 di Donnafugata; il Barolo DOCG 2012 di Pio Cesare; l'Amarone della Valpolicella Classico Riserva DOCG 2011, Terre di Cariano di Cecilia Beretta; il Blanc de Blancs 2010 e il Millesimato Extra Brut 2010 di Contratto; il Prosecco Millesimato, della linea 075 Carati, extra dry DOC 2015 di Piera Martellozzo; la Vernaccia di San Gimignano DOCG 2014 e il Supertuscan Sodole, Rosso Toscano IGT 2008 di Guicciardini Strozzi; il Chianti Classico Riserva DOCG 2013 e il Supertuscan "Cignale" Colli della Toscana Centrale IGT 2011, (medaglia d'argento al "Concours Mondial de Bruxelles") di Castello di Querceto; il Rosso dei Vespa 2011 primitivo del Salento IGT 2015 di Vespa Vignaioli; il Costera Cannonau di Sardegna DOC 2013 di Argiolas; il Rubro, Sangiovese Colli Martani DOC 2009 della Cantina Todini; il Castello di Ama, Chianti Classico DOCG, 2014 e il Castello di Ama, San Lorenzo Chianti Classico DOCG 2011; il Garretti, Barolo DOCG 2012 di La Spinetta; il Podere San Cristoforo Amaranto, Maremma Toscana DOC 2014; il Podere San Cristoforo Luminoso Bianco, M. Toscana DOC 2011; il San Polo, Brunello di Montalcino DOCG 2007; il Michele Satta, Bolgheri Rosato, DOC 2015 e il Michele Satta, Bolgheri Rosso, DOC 2014.

Particolare interesse hanno anche suscitato alcune novità quali: il Romeo & Juliet, Passione e Sentimento IGT Veneto 2014 della Famiglia Pasqua; la Composizione di Rosso 2011 di Piera Martellozzo e il "Raccontami", Primitivo di Manduria DOC 2014 appositamente creato da Riccardo Cotarella, per la nuova avventura vinicola di Bruno Vespa.

In tutte le iniziative è stato dato ampio spazio alla gastronomia italiana servendo un'ampia selezione di specialità alimentari appositamente predisposte mentre sono state alternate le acque minerali di Ferrarelle e San Pellegrino. Un ampio stuolo di hostesses ha coadiuvato i rappresentanti delle case vinicole e molti camerieri hanno curato il servizio. Per le degustazioni sono stati utilizzati oltre 10.000 bicchieri da vino e fluti.

Tutti i vini presentati ai Wine Tastings sono stati inoltre esposti, con eleganza e risalto, nelle vetrine esterne dei grandi magazzini a Edimburgo, Londra, Dublino ed Hong Kong, nonché in varie aree interne, dando agli stessi, ed al vino italiano nel suo complesso, una notevolissima pubblicità ed una prestigiosa presentazione di grandissimo valore. Un notevole numero di cartelli con il logo BRITALIA ha messo in risalto la loro esposizione.

Di particolare interesse l'evento inaugurale nella residenza dell'Ambasciatore a Londra che è stata anche l'occasione per presentare la grande promotion BRITALIA, inaugurata il 10 novembre dal Presidente dell'ICE-Italian Trade Agency, Michele Scannavini e svoltasi presso la sede centrale di Londra a Knightsbridge e contemporaneamente nelle sei sedi a Birmingham, Bristol, Edimburgo, Leeds, Liverpool e Manchester e nelle filiali estere ad Ankara, Dubai, Dublino, Hong Kong, Istanbul, Kuwait e Riyadh.

In tale occasione, l'Ambasciatore Terracciano e la CEO di Harvey Nichols, Stacey Cartwright, dopo aver ringraziato l'Italian Wine & Food Institute per l'organizzazione delle iniziative vinicole, hanno sottolineato la grande importanza di BRITALIA per il *Made in Italy* nel mondo.

BRITALIA, che ha comportato un notevolissimo volume di acquisti di prodotti italiani che vanno dall'alta moda all'abbigliamento femminile; dall'abbigliamento maschile alla pelletteria, agli accessori, alle calzature, agli articoli da regalo, ai profumi e, ovviamente, ai vini e ai prodotti alimentari, si è avvantaggiata di un budget di diversi milioni di euro per la campagna pubblicitaria e di Public Relations.

Nel corso della manifestazione il presidente dell'Italian Wine & Food Institute, Lucio Caputo, unitamente ai produttori presenti ed all'Italian Trade Commissioner, Fortunato Celi Zullo, ha presentato una speciale targa all'Amb. Pasquale Terracciano in segno di apprezzamento per la sua attività in favore del "Made in Italy" e dei vini italiani. Speciali certificati, attestanti la loro partecipazione alla manifestazione, sono stati inoltre consegnati a tutti i produttori vinicoli.

Tutte le altre iniziative si sono tenute nei reparti abbigliamento dei grandi magazzini Harvey Nichols permettendo agli ospiti di poter anche ammirare gli eleganti capi delle principali case di moda italiane partecipanti alla promotion.

La promotion B R I T A L I A, è stata organizzata dalla rete dei Grandi Magazzini Harvey Nichols di Londra, con la sponsorizzazione del Ministero per lo Sviluppo Economico e dell'ICE-Italian Trade Agency. Le iniziative vinicole sono curate, per conto della rete dei Grandi Magazzini Harvey Nichols, dall'Italian Wine & Food Institute con il patrocinio dell'UIV-Unione Italiana Vini, in stretta collaborazione con l'Italian Trade commissioner in Londra.

%

CON PREGHIERA DI CORTESE PUBBLICAZIONE

NOTA

Una ampia selezione di foto sui vari eventi è visibile e scaricabile dal sito:

<http://rulebritalia.org/photo-gallery/> .

Foto ad alta risoluzione sono disponibili su richiesta.

