

BLUARTE

America meet Alto Adige in the glass. Wine dream fine tasting

America meet Alto Adige in the glass. Wine dream fine tasting. Per gli americani, il made in Italy è un richiamo irresistibile è sinonimo di terroir nelle declinazioni: tradizione, tipicità, autenticità. Il vino dell'Alto Adige è l'essenza di tutto ciò.

di Antonella Iozzo



Il vino è una delle massime espressioni dell'Italia e il crescendo registrato dalle esportazioni di vino italiano in America lo conferma. L'Italia, infatti, è il paese con la produzione di vino più ampia e più diversificata grazie anche alla sua disposizione e conformazione geografica. Ogni regione italiana produce ottimo vino, se non addirittura eccellenze dal Barolo nelle Langhe in Piemonte al Chianti Classico e Brunello di Montalcino in Toscana passando per

l'Amarone della Valpolicella in Veneto. Nobili esempi con un comune denominatore la capacità dei viticoltori italiani di includere la territorialità in bottiglia, quasi un sigillo di esclusività non riproducibile.

In questi anni essere presenza costante premia e diventa testimonial di affidabilità, qualità, capacità di innervare le dinamiche della domanda producendo passione in bottiglia, storie che raccontano calici di vita. Capacità indiscutibile dell'Alto Adige. Una regione capace di creare magnifiche espressioni enoiche, comunicarle con il cuore, posizzionarli sugli asset d'oltreoceano con una strategia mirata e studiata arrivando così ad occupare una posizione di rilievo nel parterre americano. In un viaggio coast to coast in America, il vino by Alto Adige quality accompagnerà i momenti migliori. Luxury hotels, ristoranti stellati, gourmet e location di tendenza hanno in carta un sunto armonico di mineralità e freschezza altoatesina, senza dimenticare la corposità dei **Lagrein** o la vivacità del **Santa Maddalena** che negli ultimi tempi registrano un rialzo di mercato non indifferente.

Alto Adige un piccolo territorio vocato alla qualità, dove tradizione e innovazione, dinamismo economico e affidabilità tessono la struttura e al contempo le relazioni fra uomini che ogni giorno si impegnano ne loro lavoro, consapevoli che solo la fedeltà all'origine può dar vita a quel valore aggiunto tanto apprezzato dagli americani.

È questione di terroir, non solo nel senso tecnico del termine, ma come intreccio di sentimento e concept di chi gestisce, interpreta e vive il proprio territorio. Persone prima che produttori ed imprenditori. E il caso di **Alois Lageder**, tra i pionieri di un'avventura salpata in America portando con sé la coscienza di un credo e la forza di un concept che il tempo ha premiato. New York, Chicago, Washington, Seattle, San Francisco, Los Angeles la voce enoica dell'Alto Adige si fa sentire stillando la sua personalità ben precisa con **Cantina Terlano, Elena Walch, Cantina Bolzano, Kellerei Kaltern, Produttori della Valle Isarco, Cantina St. Pauls, Arunda** solo per fare qualche esempio.

Per gli americani, il made in Italy è un richiamo irresistibile è sinonimo di terroir nelle declinazioni: tradizione, tipicità, autenticità, di conseguenza il vino di origine italiana è molto richiesto. Il vino dell'Alto Adige è l'essenza di tutto ciò. Nasce dalla specificità del territorio e dell'impegno che ne valorizza le eccellenze, e viaggia all'unisono con una strategia di distribuzione e comunicazione fondata sulle persone, sulle loro idee, valori e competenze culturali e professionali, che oltre ad ampliarsi si consolidano anno dopo anno.



Alto Adige vs America fra mercati, marketing ed export, croce e delizia per ogni singolo produttore, ma le soluzioni per esportare e Vendere Vino in America si amplificano ed è necessario scegliere in maniera accurata strategie di importazione e comunicazione, un'oculata gestione delle risorse e una rete di professionisti in grado di operare in sinergia. Punti cardini adottati dall'Alto Adige per fare la differenza.

Alto Adige, una forza crescente nel dialogo con il mondo capace di coniugare saperi artigianali e ricerca della qualità a livelli eccellenti. Per gli americani, infatti, assume sempre più importanza l'autenticità dell'artigianato. Il sentiment wine, le storie che sono dietro ogni singola bottiglia divengono valore univoco. È un prestigio intrinseco al vino dato dall'identità, dalla tradizione in continuum con il presente, dalla passione di creare capolavori di unicità con un carattere identificativo inimitabile.

Realtà che corrisponde alle richieste del mercato americano, soprattutto quello dei giovani americani under 35, ai quali piace provare nuovi vini, provenienti da luoghi che poi vorrebbero visitare. Quando si dice la forza del reale nell'andamento fluttuante delle esportazioni. Non è un nuovo player per la comunicazione internazionale ma la leva di un territorio che coltiva bene le proprie risorse ad iniziare da quelle umane.

Alto Adige wine, un viaggio nella storia e nella cultura del vino che affascina gli americani amplificando le prospettive del mercato, partendo dal calice. Sì, gli States sono un mercato storico ma anche un mercato con ampie potenzialità di crescita, è indispensabile guardare oltre e la professionalità e la lungimiranza dell'Alto Adige in sinergia con le performance internazionali del settore export rendono il sogno americano motore di crescita senza confini.

di **Antonella Iozzo** © Riproduzione riservata
(27/09/2018)

Bluarte è su <https://www.facebook.com/bluarte.rivista> e su Twitter: @Bluarte1 - Sito internet: www.bluarte.it