

l'evento


MERANO
WINEFESTIVAL

LEONE DE CASTRIS
Serena Guida

ALOIS LAGEDER
Alois Clemens Lagerer

BANFI
Yoshiaki Miyajima

BORTOLOMIOL
Elvira Bortolomio

CANTINA TOLLO
Nela Capeda

FATTORIA LA RIVOLTA
Paolo Cotroneo

FERRARI
Da sinistra: Patrizia Pisetta
e Sabrina Sontacchi

KETTMEIR - SANTA MARGHERITA

Merano Winefestival: il business è qui

Dal nostro inviato a Merano (Bz), Matteo Borré

Cronaca di un successo annunciato. Quello della 27esima edizione del Merano WineFestival.

Una grande festa del vino. Un appuntamento imprescindibile a cui attendere: oggi, sempre di più, anche in ottica business. È un evento da ricordare, che quest'anno si è arricchito ulteriormente. Aggiungendo, a un format già vincente, una serie di iniziative e momenti di confronto che hanno permesso alla kermesse di aprirsi alla città con sempre maggiore efficacia.

Andato in scena tra il 9 e il 13 novembre, il Merano WineFestival si è confermato il punto d'incontro di un variegato pubblico di operatori e appassionati alla ricerca delle migliori eccellenze wine&food. Una folla – rispetto all'edizione 2017, cresce il numero dei visitatori: +8,5% e oltrepassata quota 11mila presenze, distribuite in maniera omogenea nei cinque giorni della kermesse – che, dal 1992, ogni anno si dà appuntamento nell'elegante location della Kurhaus nella cittadina in provincia di Bolzano. Una moltitudine convocata dal richiamo della ricca offerta di etichette e prodotti gastronomici selezionati dal patron dell'iniziativa: il WineHunter Helmut Köcher. E a riprova del successo e della centralità della manifestazione all'interno del calendario, neanche nel corso dell'edizione 2018 sono mancate le tradizionali lunghe file ai punti di accesso dello storico palazzo meranese, in cui – sempre più – si sono fatti notare i volti di buyer di Gd, Do e retail specializzato.

Il Merano WineFestival, d'altronde, non è più soltanto un momento privilegiato di *public relations*. Collocandosi in agenda al termine della vendemmia, la kermesse si è dimostrata – come avevamo già fatto notare anche lo scorso anno – un appuntamento privilegiato per il business. Tanto che, in questa edizione, ai tavoli si sono notati meno *front man* delle diverse cantine e più responsabili commerciali e marketing.

A favorire il rinnovarsi delle partnership storiche e lo svilupparsi di nuove relazioni commerciali, contribuisce la possibilità di spaziare all'interno di un'offerta unica, capace di riunire etichette di 950 case vinicole tra le migliori dall'Italia e dal mondo. Con l'aggiunta, quest'anno, anche della possibilità, per le aziende, di presentare al pubblico un focus sulle vecchie annate di un proprio vino. Una formula vincente che ha consentito veri e propri viaggi nel tempo. Itinerari capaci, da un lato, di mostrare la vitalità di prodotti e produttori protagonisti

al Merano WineFestival; dall'altro, di evidenziare la marcata differenza sussistente in risultati ed evoluzioni di diverse annate, a controprova che il tema del cambiamento climatico in atto – uno dei grandi topic di questa edizione, a cui è stata anche dedicata la tavola rotonda "Futuro del vino" – sia da costantemente monitorare e assolutamente da non sottovalutare.

Il racconto del Merano WineFestival 2018, infine, non può prescindere dalla nuova e vincente apertura alla città. Tra blogger, Instagrammer e influencer vari ad affollare il corso principale della cittadina altoatesina. E con alcune tra le eccellenze che hanno caratterizzato le selezioni di The Official Selection, Gourmet Arena e Spirits Experience, alla conquista del grande pubblico grazie ai tanti eventi – ufficiali e non – del "fuori Merano". A partire dalla grande novità di "The Circle – People, Lands, Experiences", spazio di 450 mq in piazza della Rena trasformato in palcoscenico di wine&food tasting, show-cooking, incontri con chef e piccoli produttori di tipicità, vignaioli e pizzaioli fra i più conosciuti. Un fuorisalone attivo in particolare la sera, dopo la chiusura della Kurhaus, che ha saputo riunire le tante anime e i mille volti del Merano WineFestival. Dimostrando, una volta di più, quel che questa kermesse punta a essere da 27 edizioni: uno spazio di confronto all'insegna dell'innovazione e del futuro, nel rispetto del suo motto "Excellence is an attitude", "L'eccellenza è una predisposizione".

Ora, calato il sipario sull'edizione 2018, il WineHunter Helmut Köcher è atteso da nuovi 12 mesi di "caccia", alla scoperta e attenta valutazione di vini e prodotti gastronomici in grado di spiccare per qualità. E l'appuntamento del prossimo anno è già segnato in calendario: dall'8 al 12 novembre 2019, ovviamente sempre nella splendida cornice di Merano.



A caratterizzare il "fuori Merano", anche diversi eventi organizzati dalle cantine. Come nel caso della "Sparkling Night" che ha visto l'incontro, nell'interpretazione del fotografo Marco Pietracupa, tra la moda di Oberrauch Zitt e il Metodo Classico Rosé di Kettmeir.


MONTEVERRO
Cristina Moretti

PASQUA VIGNETI E CANTINE
Riccardo Pasqua

PODERI LUIGI EINAUDI
Lorenza Abbona



MARCO FELLUGA
Ilaria Felluga



MASI AGRICOLA
Da sinistra: Stefano Milani, Iolanda Barbato e Federico Bosimini



GRUPPO MEZZACORONA
Da sinistra: Raffaele Settilli e Davide Semenzato



CECCHI
Giacomo Tarquini

In scena dal 9 al 13 novembre, la "Cannes dell'enogastronomia" ancora una volta non delude. Confermandosi appuntamento strategico. Tutto esaurito, in un'edizione da ricordare e ricca di novità.

Tannico: fermata Merano



Il team di Tannico. A destra: Marco Magnocavallo



Tra un fiume di bollicine servite nel corso del lungo weekend e degustazioni esclusive – dai TrentoDoc Ferrari alle vecchie annate del Brunello firmato Biondi Santi, passando per i più recenti millesimi dello Champagne Krug –, a rubare la scena nel "fuori Merano" è stato il Double Decker Tannico. Il bus a due piani in stile londinese del più noto e-commerce italiano del vino ha fatto il suo esordio alla kermesse più esclusiva per il food&beverage in Italia, sostando sul corso di accesso al Kurhaus. Con Marco Magnocavallo, Ceo di Tannico, abbiamo parlato dei trend di quest'anno e delle novità in vista dei prossimi 12 mesi.

Per Tannico, qual è il primo bilancio che si può tratteggiare su questo 2018?

È un bilancio molto positivo. Non solo come crescita a livello di business. Ma anche da un punto di vista di consolidamento di tutte le attività che abbiamo cominciato a lanciare in questi ultimi anni. Stiamo lavorando davvero tanto, in particolare sulla categoria degli "artigiani del vino": i pic-

coli produttori, quelli meno conosciuti ma con storie alle spalle da raccontare. Vogliamo, infatti, che i nostri clienti, all'interno di un catalogo di quasi 13mila prodotti che presentiamo, abbiano la possibilità di trovare non solo i grandi marchi, ma anche piccole eccellenze poco note. È un lavoro sottraccia quello che stiamo portando avanti, ma che siamo certi condurrà a importanti cambiamenti nel settore in futuro.

Tra i trend di vendita dell'anno, c'è qualche highlight da citare?

Una delle tendenze che si conferma prepotente è quello degli Champagne. Una crescita infinita e inarrestabile, per referenze su cui abbiamo margini davvero risicati: infatti, ogni ordine rappresenta per me un vero colpo al cuore (sorride, ndr)... Si nota, poi, un piccolo trend in fase di partenza per i vini rosati che io chiamo "di nuova generazione". Sono quelle etichette che hanno preso lo stile e la filosofia dei provenzali: rosé un po' profumati e dal colore molto leggero. Infine, un altro trend importante che

registriamo è quello legato ai consumatori giovanissimi – i ragazzi di 18 o 19 anni –, che tendono a spendere molto per singoli articoli: i loro ordini si caratterizzano per acquisti di un numero limitato di bottiglie di grandi marchi.

Dopo Vinitaly a Verona e le serate milanesi di questa estate, il vostro Double Decker fa il suo esordio anche al Merano Winefestival: gli altri progetti di spazi fisici legati a Tannico, invece, a che punto sono?

Accrescere la nostra visibilità anche nel "mondo reale" rappresenta un aspetto importante del lavoro che portiamo avanti quotidianamente. La crescita della nostra attività passa, d'altronde, anche da questo farci vedere: tanto dal grande pubblico, quanto dalle cantine con cui collaboriamo. E nel 2019 sicuramente implementeremo la nostra presenza fisica: l'esperienza col Double Decker ci ha, infatti, permesso di capire meglio come funziona l'off line e il prossimo anno l'obiettivo è d'inaugurare uno spazio Tannico stabile a Milano.



CASA VINICOLA SARTORI
Paolo Sartori



CANTINA ORSOLOGNA
Alessandro Dalle Carbonare



CODICE CITRA
Paolo Dragani



DUCA DI SALAPARUTA
Benedetta Poretti



AGRICOLA FLITTEDESCHI
Maria Sabrina Tedeschi



VILLA SANDI
Da sinistra: Lisa Montesel e Manuela Oregna



ZORZETTIG
Veronica Piccini e Marco Venturini



FARNESE VINI
Roberta Accardo