

cegid

Montenapoleone, La Vendemmia supera la prova. Ora tocca a Roma

17 OTT 2018 VINO



Degustazioni in boutique durante La Vendemmia

Tra vino e moda, l'intesa è naturale. Così la nona edizione de **La Vendemmia**, organizzata da **Montenapoleone District**, ha superato anche le difficoltà, ad esempio la pioggia che ha scelto proprio la serata clou del giovedì per "colpire" la città di Milano, complicando un po' la vita agli appassionati del fashion e del wine negli spostamenti tra una boutique e l'altra: erano 110 gli store coinvolti nell'iniziativa, che si è conclusa domenica 14 ottobre. E ora tocca a **Roma**, dove la manifestazione è iniziata il 15 ottobre in via Condotti e dintorni per concludersi sabato 20 ottobre.

Tra collaborazioni nuove e consolidate, i brand del vino si sono uniti a quelli della moda all'interno di un programma che comprendeva anche iniziative benefiche, come l'asta di bottiglie pregiate, vintage e da collezione organizzata da Christie's al Circolo filologico milanese con ricavato destinato al Dipartimento infantile neurologico di Milano "Carlo Besta". Da sottolineare la collaborazione con i top restaurant, che hanno creato menù dedicati, e con dieci hotel a cinque stelle del distretto di Montenapoleone.

WINE TV



Il vino italiano al ministro: "Un solo referente per la promozione all'estero"



Milano e il vino. Le aziende investono sulla capitale dei trend di consumo



Milano Wine Week parte bene. "Vino come moda e design"

PAMBIANCO MAGAZINE



IN QUESTO NUMERO:
IL PREZZO DI BORSA? MULTIPLICA L'UTILE

ANALISI
Il multibrand torna protagonista

DOSSIER

Viaggio nei multipli della moda

ATTUALITÀ

Orologi di lusso? Vince sempre quello storico



PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

La Vendemmia è stata anche l'occasione per presentare nuove linee di prodotto. È il caso di **Ferrari**, che ha realizzato con **Ermenegildo Zegna** l'etichetta dedicata Ferrari Made To Measure for Ermenegildo Zegna, limited edition di Trentodoc nelle versioni Riserva 2009 e Cuvée con la particolarità dell'etichetta in pelle tessuta, una speciale nappa frutto della ricerca sui materiali di casa Zegna. Si tratta del rafforzamento di una collaborazione ormai consolidata tra due realtà più che centenarie ed entrambe caratterizzate, nonostante le dimensioni ingenti, da una proprietà familiare.

E se nella boutique di **Alberta Ferretti** si brindava con i grandi vini veronesi di casa **Zenato**, da **Fratelli Rossetti** è stata confermata la collaborazione con i Franciacorta docg di **Guido Berlucchi**, da **Fendi Casa** sono stati degustati i prodotti di **Feudi del Pisciotto** e **Curra di Mare**, da **Baldinini** quelli biodinamici della **Tenuta Mara**. **Rolex** ha scelto **Terra Moretti**, mentre **Masi Agricola** ha "sposato" per la prima volta i capi di **Falconeri** in un'intesa tutta veronese. Nella boutique **Tumi** di corso Matteotti si degustavano i vini doc dell'azienda piacentina **Civardi Racemus**, con base tra i colli della val Tidone.

Famiglia Cecchi ha debuttato a La Vendemmia con l'alta sartoria di **Rubinacci**, mentre il Brunello di Montalcino di casa **Banfi** ha preso possesso della boutique di **Gio Morelli** in via della Spiga. **Antinori** e **Ferrari** hanno coperto più boutique: la prima è stata protagonista da **Canali**, **Valentino** e **Zanotti**, la seconda oltretutto da Zegna era presente da **Iwc** e anche da **Corneliani** con i vini delle **Tenute Lunelli**. Doppia presenza per **Fantinel**, le cui bollicine di Prosecco erano in degustazione da **Illy** e da **Italia Independent**. Una scelta particolare quella di **Altemasi** (gruppo Cavit), che ha portato i suoi Trentodoc al palazzo **Bagatti Valsecchi**. **Vetriere di Empoli**, che festeggia quest'anno il suo 80° anniversario, ha accolto gli ospiti con i vini di **Oliviero Toscani** e con la presentazione del libro di Roberto Messina "Enzo Pettè. Una cucina dell'anima", dedicato allo chef stellato Enzo Pettè e pubblicato dall'editore Rubbettino.

Alcuni brand hanno scelto i vini di casa propria. Da **Louis Vuitton** e **Christian Dior** si degustavano gli Champagne del gruppo Lvmh, **Moët et Chandon** per il primo e **Ruinart** per il secondo, mentre Renzo Rosso ha portato i vini a marchio **Diesel Farm** nelle boutique **Marni** e **Maison Margiela**. Altre collaborazioni da segnalare? **Col d'Orcia** con **Porsche Design**, **Marchesi di Gresy** con **Promemoria**, **Mionetto** con **Chiara Boni**.



« ARTICOLO PRECEDENTE

Enoturismo di lusso a Montalcino per Mastrojanni

PAMBIANCO WINE N2



IN QUESTO NUMERO:
ENOTURISMO
SCOMMESSA
NECESSARIA

FIERE
Wine a Milano, Slow
Food a Torino

INTERVISTA

Alajmo volta pagina

TREND

Gusto francese sotto il Duomo

FENOMENI

Arrivano le catene pastry

PDF | SFOLGIA | IN EDICOLA | APP STORE |
GOOGLE PLAY

EDITORIALE

DI DAVID PAMBIANCO

Il vino non basta più

Con un certo ritardo, il business dell'enoturismo in Italia pare ormai prossimo al decollo, e...

