

# Treasury Wine Estates: quando un gruppo straniero crede più di noi al vino italiano

scritto da Fabio Piccoli | 3 Dicembre 2024



*Il gruppo australiano Treasury Wine Estates lancia il marchio Belorante sul mercato del Regno Unito, proponendo vini italiani audaci e moderni. Questa strategia evidenzia il potenziale del vino italiano come categoria contemporanea, abbandonando l'immagine tradizionale per adattarsi alle tendenze attuali di consumo.*

Mentre noi in Italia continuiamo a riflettere se il vino italiano sia ancora di moda o meno, uno dei maggiori gruppi vitienologici al mondo, **Treasury Wine Estates lancia sul mercato del Regno Unito il marchio di vini italiani Belorante.**

E se lo fa un gruppo che nel 2023 ha registrato un fatturato

vicino a 1,7 miliardi di euro e che gestisce a livello mondiale oltre 13.000 ettari di superficie vitata, con al suo interno brand del calibro di Penfolds, significa che **l'immagine del vino italiano non è così messa male.**

La nota *holding* australiana ha scelto di investire in UK per rispondere alla “crescente domanda nel Regno Unito”, sottolineando che **il vino italiano rappresenta la “seconda categoria più grande” nel canale della grande distribuzione.**

Molto interessante e indicativa la gamma Belorante che comprende, allo stato attuale, quattro vini termini: Italia Grillo, Italia Montepulciano d'Abruzzo, Italia Pecorino e Italia Primitivo. I primi due sono proposti ad un prezzo di 9 sterline a bottiglia mentre i secondi a 10 sterline a bottiglia.

Una scelta quella di TWE che evidenzia come le quattro tipologie di vino italiano proposte per il mercato UK siano oggi tra le più **contemporanee e perfettamente in linea con le tendenze attuali di consumo.**

Leggi anche: [Sostenibilità, vino: le strategie di Treasury Wine Estates](#)

A questo riguardo **Amy Fischer**, la *brand manager senior* di Belorante ha dichiarato a *Just Drink*: “Belorante vuole portare colore alla vostra tavola e sapore al vostro bicchiere, in stile italiano. Belorante è una reinvenzione audace e moderna del vino italiano, che porta colore, freschezza e modernità nel reparto dei vini italiani, invitando i consumatori ad abbandonare la neutralità per essere più sgargianti’.”

Un'affermazione quella della Fisher che potrebbe apparire superficiale e banalmente pubblicitaria ma che invece racchiude, a mio parere, un grande messaggio e una grande opportunità per il vino italiano e cioè quella di **uscire finalmente dalla rigida immagine di “vino della tradizione” per allargarsi a “vino della contemporaneità” e, perché no,**

**anche della trasgressione.**

La stessa descrizione dei quattro vini scelti di TWE per la linea Belorante indicano un modo di comunicare semplice e diretto.

I vini Grillo e Montepulciano d'Abruzzo DOC sono disponibili da Sainsbury's, mentre Pecorino e Primitivo sono distribuiti da Asda. Il Primitivo è disponibile anche presso Morrisons.

Sarà ora interessante monitorare l'andamento di questa linea per comprendere meglio quanto la sfida di TWE giocata con i vini italiani sarà vincente.

Quello che è già chiaro è la fiducia riposta da un gruppo leader a livello mondiale, specializzato tra l'altro in fine wines, sul vino italiano.

Speriamo che questo sia sprone anche per molte nostre imprese.

---

## **Punti chiave**

1. Treasury Wine Estates lancia Belorante, nuovo marchio di vini italiani, sul mercato del Regno Unito.
2. La gamma Belorante comprende quattro vini italiani, venduti tra 9 e 10 sterline.
3. Belorante mira a reinterpretare il vino italiano come contemporaneo e vivace.
4. La grande distribuzione del Regno Unito rappresenta una forte opportunità per i vini italiani.
5. L'investimento di TWE dimostra la fiducia internazionale nel potenziale del vino italiano.