

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.