Con Italian Good Living finalmente l'Italia parla al mondo

scritto da Redazione Wine Meridian | 3 Giugno 2021



Nasce ufficialmente Italian Good Living, una rivista online, con una diffusione di sei numeri all'anno che mette insieme firme autorevoli dei diversi ambiti professionali ed economici del nostro Made in Italy.

Il progetto nasce dalla collaborazione di due editori di rilievo del panorama italiano, Andrea Zanfi editore di Bubble's e Wine Meridian, con la consapevolezza che oggi il nostro Paese ha bisogno di uno strumento capace di **raccontare l'Italian Style** nella maniera più forte e chiara possibile.

"Per questo motivo *Italian Good Living* vuole essere la voce della bellezza italiana, di quello stile unico che si può trovare in uno dei nostri straordinari vini, in una delle

nostre incredibili griffe di moda, ma anche in uno degli innumerevoli paesaggi storici e culturali del nostro Paese" racconta **Fabio Piccoli**, direttore responsabile della nuova testata.

Un magazine online che già nella grafica sia in grado di parlare "italiano" e una lingua ufficiale, l'inglese, capace di farsi comprendere in tutto il mondo.

Il nome – Italian Good Living

"Da sempre ci sentiamo di essere in possesso del più ricco e variegato patrimonio di esperienze artigianali e di ingegno e originalità industriale" racconta **Andrea Zanfi**.

"Siamo altresì convinti che il Made in Italy non sarebbe diventato uno dei primissimi brand riconosciuti e apprezzati in tutto il mondo se non racchiudesse in sé anche valori legati ai piaceri della vita. Per questa ragione abbiamo voluto chiamare il nostro magazine *Italian Good Living*, perché vogliamo andare oltre il prodotto. Vogliamo spiegare al mondo cosa significa in profondità *essere italiani*, *produrre in Italia*, *progettare nel nostro Paese*" conclude Zanfi.

Il target

Tutto questo sarà raccontato ad un target autorevole, fatto di buyer, opinion leader, giornalisti, blogger, ma anche a tutti coloro che vedono nell'Italia un modello da seguire, in cui credere ed investire: dai tanti wine lovers disseminati in ogni angolo del pianeta agli innumerevoli appassionati delle nostre griffe di qualsiasi ambito.

La rivista si vuole rivolgere infine anche a quei milioni di italiani che, anche fuori dal loro Paese, sono riusciti a dare un senso e valore all'essere "Italiani".