

A PIERO MASTROBERARDINO KHAIL AWARD 2019

Alessandro Torcoli and Piero Mastroberardino (Photo VinoVip) Posted on: 07/25/2019 15:20

Piero Mastroberardino, president of the Italian quality wine Grandi Marchi, is the ambassador of Made in Italy enoic top level for 2019. A decree the director of the historical magazine 'Civilization of drinking', Torcoli Alessandro, who, during the latest edition of VinoVip Cortina, presented the Khail Award to the owner of the wine cellar of Atripalda, in Irpinia, "for his untiring efforts in promoting the Italian fine wine in the world." "It 'was - he said Piero Mastroberardino - a pleasant surprise. It 'an important award that Alexander Torcoli has made payable to the memory of his grandfather, Pino Khail, which was for us a reference character throughout our teenage years, so that together with our parents went to make the promotion of Italian wine in the world. A rather pioneering initiative went into creating, in certain markets, the perception of Italian wines of high quality with great elegance events. And I do not hide that my first trips abroad, I just made them at events organized by Pino Khail, with gala evenings in the most beautiful places on earth, where I made an unforgettable experience for my professional and personal life." "So this award flatters me greatly: I was surprised because I think there are many people in our world of wine maybe ahead of me in the professional experiences that deserve even more. So, this thing gratifies me a lot,"he says. A recognition in line with the mission of **Istituto Grandi Marchi**, one of the protagonists of the 12th edition of the biennial wine appointment that took place in Cortina d'Ampezzo. Nine, in particular, the IGM companies attending the two-day Ampezzo, created in 1997 by the founder of 'Civilization of drinking', Pino Khail: Marchesi Antinori, Argiolas, Lungarotti, Masi Agricola, Mastroberardino, Pio Cesare, Tenuta San Guido, Tasca d 'Almerita, Umani Ronchi. They were around 54 Italian producers, from Piedmont to Sicily, who took part in the different activities of the program, including talk shows, presentations, master classes and spectacular high-flying tastings, with the legendary Wine Tasting of the Eagles on Mount Faloria. Companies that have written the history of one of the iconic products made in Italy and they have given a chance to sample 164 'oenological jewels'of wines and spirits. Among this year's events, the premiere screening of the national documentary film'wine, the eternal pursuit of excellence', a short film made with the contribution of inter-Foragri Fund for training in agriculture, and the Masterclass'A legend of our time: André Tchelistcheff', with the first national absolute film' André - the Voice of Wine ', directed by Mark Tchelistcheff, grandson of the famous winemaker and spoke at the event. The story of the epic journey of a Russian emigre who forever changed the world of wine: André Tchelistcheff, known as the'dean of American wine', is one of the fathers of oenology in California (and beyond: Ornellaia is among its masterpieces). And VinoVip stores this 12th edition looking to the future, as explained by Alessandro Torcoli, director of 'Civilization of drinking', which organizes the event: "The formula VinoVip, which is that of networking and deepening, it is no longer just in Cortina: since last year we have the issue of the sea, Forte dei Marmi; We did it in 2018 and will repeat in 2020, and in even years at the Fort and in odd years it's back to Cortina." "Il legame di questo triangolo composto da Milano, da dove veniamo noi come realtà editoriale, Cortina e Forte dei Marmi - afferma - è davvero unico. In effetti, Milano è molto legata a entrambe queste località, così come lo è Roma d'altronde, che hanno tante similitudini: un tipo di turismo di villeggiatura particolare che ha delle affinità dall'una e dall'altra parte. Anche il target di pubblico è simile, cambiano chiaramente gli scenari: a Cortina siamo al Rifugio Faloria a 2.000 metri con vista mozzafiato, al Forte siamo in un luogo di culto delle estati italiane che è la Capannina, quindi dei set completamente diversi ma altrettanto affascinanti". E le prossime edizioni di VinoVip in montagna si incrociano inevitabilmente con Milano-Cortina

2026: "Certamente, Cortina adesso sarà oggetto di una nostra riflessione – annuncia Torcoli – per portare delle novità in vista delle Olimpiadi e, appunto, venendo noi da Milano, ci sentiamo particolarmente coinvolti nel fatto di creare qualcosa di importante anche verso questo appuntamento che è sportivo ma di rilevanza mediatica mondiale". Durante la manifestazione, è stata anche presentata una ricerca condotta fra le aziende partecipanti. "Analizzando i bilanci e sottoponendo alle aziende presenti a VinoVip un questionario – illustra Luca Castagnetti, del Centro studi management di vino di Studio Impresa – è emerso che l'identikit dell'azienda vitivinicola di successo è quello di un'azienda che ha degli obiettivi di sviluppo di valore nel medio-lungo periodo, che per raggiungerli sa dosare con equilibrio strategie legate allo sviluppo con strategie legate alla produttività, che l'equazione del valore vede il brand come elemento in cui l'azienda si spende maggiormente con i propri clienti, e per ottenere credibilità nel brand i processi che deve ottimizzare sono in particolare i processi di valorizzazione del territorio e di valorizzazione dei clienti". "E' chiaro che, per non lasciare al puro marketing la promozione di parole come brand, identità dell'azienda o altro, è necessario individuare – prosegue – anche i processi aziendali che stanno alla base di una congruenza tra questi obiettivi e l'effettiva organizzazione dell'azienda. E le aziende presenti hanno individuato alcuni processi fondamentali che sono proprio quelli di valorizzare il territorio, da una parte, e alcune abilità manageriali che stanno alla base di questi processi. E che sono state identificate nella capacità di coltivare i talenti all'interno delle aziende e una grandissima attenzione ai numeri. Anche le attività di controllo di gestione e di pianificazione, infatti, sono state individuate come la seconda abilità manageriale, in termini di importanza, dopo quella di coltivare i talenti, tra le aziende presenti delle imprese vitivinicole di successo". Among the witnesses brought by the producers on the projects developed in this context, that of Elvira Bortolomiol, vice president of Cellar Bortolomiol : "In particular, we have invested in a project in the art world: we have made a call for international artists where they were involved about 300 women artists in the world of land art in order to get to create a work of art that can convey and collect all that are the values of our country, of our family, women, and then with this bring the world wine, which is however related to the art, the art in the broadest sense". PLAY RESERVED Copyright © Adnkronos. Share on: Whatsapp Telegram I like it: I like it Loading...

[A PIERO MASTROBERARDINO KHAIL AWARD 2019]