

Ohövlig etikett skapar problem i USA

”Vinnet, If You See Kay 2010, en cabernet baserad blend från den italienska regionen Lazio, och när det uttalas högt låter det som en svordom - iallafall enligt de två fullmäktiga i kommunen som har ifrågasatt den statliga alkoholkommissionens omdöme när de tillät vinet att säljas i New Hampshire. ””Det här är inte välkommandet som New Hampshire borde visa upp för turister”” säger David Wheeler, kommunfullmäktige. ””Vi behöver sätta hårdare krav på försäljning och marknadsföring och etiketten strider mot kommunens normer”” fortsätter han. Stärkt av alla kontroverser så säljer 20 dollars flaskan väldigt bra. Domare har kommit överens om att flytta vinet längst bak i affärerna, med orsaken att barn kan exponeras för etiketterna. Ägaren till If You See Kay, **Jayson Woodbridge**, är mest känd för att producera det kultförklarade vinet **Hundred Acre**, vilket vid lansering såljs för runt 250 dollar flaskan. Ett vin som vi på Livets Goda både provat och hyllat. Parker har skrivit att vinet är ””ett av de mest individualistiska vinerna i Kalifornien”” ””Jayson bryr sig inte om vad någon annan tycker. Han söker efter de bästa vingårdarna och gör kompromisslösa viner”” säger ett citat på hemsidan VantagePoint.com, som säljer såväl **If You See Kay**, och Layer Cake samt Cherry Pie, som Jayson också ligger bakom. Kul notis är att ett av de tio best säljande vinerna i New Hampshire heter ””Ménage à Trois””, vilket betyder trekant. Källa: The Drinks Business”