

Julie Harris, nuova CEO IWSR: “L’accesso a dati affidabili è essenziale per qualsiasi settore”

scritto da Agnese Ceschi | 14 Novembre 2023



Julie Harris è la nuova CEO di [IWSR](#), la società inglese tra le più autorevoli al mondo che traccia le tendenze di consumo di oltre 35.000 brand in più di 160 Paesi al mondo. L'**esperta di dati e insight** con all’attivo già diverse esperienze in altri settori merceologici, come la moda e la vendita al dettaglio, ha ricevuto il testimone da **Mark Meek**, che ha lasciato dopo 10 anni il ruolo per assumere una posizione di direttore non esecutivo all’interno dell’azienda. Con la nuova direzione all’orizzonte, abbiamo chiesto a Julie Harris quali sono i contributi e le novità che pensa di portare e i futuri sviluppi che intravede nel mondo delle bevande alcoliche.

Che emozione prova nell'iniziare questa avventura?

Sono entusiasta di essere entrata a far parte dell'IWSR e di assumere la gestione di un'organizzazione con un patrimonio così grande e così profondamente apprezzata dai suoi interlocutori. Ci troviamo in una fase entusiasmante dell'evoluzione dell'azienda e non vedo l'ora di consolidare la crescita raggiunta finora.

Quale contributo personale pensa di portare anche sulla base delle precedenti esperienze?

Ho la fortuna di aver lavorato in diversi settori e mercati nella mia carriera e di aver vissuto e lavorato in Asia per cinque anni, quindi spero di poter portare alcune nuove prospettive e idee da quelle diverse esperienze. Una mia area di competenza particolarmente rilevante è lo sviluppo di attività di dati e insight, infatti prima di IWSR ho ricoperto numerosi ruoli alla guida di società e piattaforme di analisi di dati, tra cui quello di CEO di WGSN, leader globale nella previsione delle tendenze per il settore della moda e della vendita al dettaglio. Non vedo l'ora di attingere da questa esperienza per contribuire a sviluppare la roadmap di IWSR per migliorare la nostra offerta esistente, ma anche per creare nuovi prodotti e servizi a supporto della nostra comunità di clienti globale.

Perché è importante l'analisi dei dati?

L'accesso a dati solidi e affidabili è essenziale per qualsiasi settore e il settore del vino e degli alcolici non è diverso. Comprendere come e perché il mercato sta cambiando e, soprattutto, chi e cosa sta guidando questi cambiamenti, è fondamentale per mantenere rilevanza mentre il settore si evolve. IWSR si occupa di questo obiettivo da oltre 50 anni e ora, con la combinazione dei nostri dati sul mercato globale e del nostro prodotto di analisi dei consumatori Bevtrac, siamo in una posizione unica per poter aiutare i nostri clienti.

Non vedo l'ora di continuare a fornire ai nostri clienti dati sempre più ricchi e approfonditi di cui hanno bisogno per la loro pianificazione strategica e di aiutarli a prevedere i fattori trainanti della crescita sostenibile.

Quali sono le sfide future del mondo del vino e dei liquori secondo il suo osservatorio?

Il settore continua ad evolversi poiché fattori geopolitici ed economici influiscono sui mercati globali delle bevande alcoliche. I consumatori stanno cambiando i loro comportamenti di consumo e le tendenze chiave che hanno sostenuto il settore stanno cambiando mentre i consumatori rispondono all'aumento del costo della vita.

Per il vino, mentre si prevede che la tendenza a lungo termine di volumi in lento calo in molti mercati continui, ci sono importanti sacche di opportunità, ad esempio, nel settore premium, così come negli spumanti e nei vini alternativi.

Può anticiparmi qualche progetto futuro a cui sta lavorando?

Continuando a rafforzare le nostre capacità di raccogliere dati, fare analisi e previsioni, nei prossimi anni ci concentreremo su cinque aree chiave:

- miglioramento continuo dei nostri dati di volume;
- miglioramento dei nostri set di dati di valore con maggiore ampiezza e frequenza;
- allineare ulteriormente i nostri dati di mercato e le informazioni sui consumatori per offrire ai nostri clienti una visione più approfondita dei comportamenti dei consumatori dietro i numeri;
- combinare i nostri dati migliorati su valore e volume per potenziare le nostre capacità di previsione globale con una metodologia più solida e trasparente;
- lanciare un nuovo portale per facilitare ai nostri

clienti l'accesso e l'utilizzo dei nostri dati e approfondimenti e l'integrazione nei loro flussi di lavoro.