

Si apre una nuova era del vino e di Vinitaly

scritto da Fabio Piccoli | 31 Marzo 2023



Domenica si apriranno i battenti della 55a edizione di Vinitaly. Per molti noi “anziani” del vino un appuntamento che ha segnato profondamente anche la nostra vita professionale. Facendo un calcolo spannometrico **penso che questa sia la mia quarantesima partecipazione a Vinitaly**, anche se qualche edizione l’ho vissuta anche prima del mio diciottesimo compleanno, come studente dell’Istituto tecnico agrario di Verona.

Ritengo però questa 55a edizione in qualche misura “rivoluzionaria”, perché **cade in una delle fasi più complesse della storia socio-economica del nostro pianeta.** Una fase dove le trasformazioni sociali e di mercato sono sempre più numerose e soprattutto veloci.

Se a queste mutazioni aggiungiamo anche quelle climatiche si fa presto a capire che **il vino non sarà più quello di prima e di conseguenza anche le attività ad esso afferenti.**

Ma se dovessi evidenziare gli elementi “rivoluzionari” più forti di questa fase storica li sintetizzerei così:

- **consumatori sempre più infedeli e “laici”,** cioè aperti a qualsiasi tipo di esperienza “alcolica” (sono ormai in netto declino i cosiddetti consumatori “specializzati” quelli che bevono solo certe tipologie di vini o di bevande alcoliche);
- un ruolo sempre più determinante del **packaging** che talvolta prevale sul contenuto;
- una **segmentazione sempre più articolata** dei consumatori con un proliferare di nicchie di prodotti (anche nel mondo spirits);
- un **accelerato declino della comunicazione tradizionale** del vino sempre più considerata “noiosa”, poco stimolante;
- una **forte fase di riflessione della comunicazione “social”** del vino che non ha saputo ben distinguersi da quella tradizionale, analogica;
- **mercati emergenti del vino** che si stanno evolvendo in maniera più lenta del previsto (compreso il paradosso Cina che invece di diventare un grande mercato del vino continua a dare segnali di arretramento);
- la perdurante **difficoltà della maggioranza delle imprese del vino italiane di fare “branding”;**
- la **necessità estrema di velocizzare il processo di miglioramento dell’enoturismo italiano,** fonte fondamentale sia economica che comunicativa;
- la sempre più evidente **difficoltà di molte imprese vitivinicole italiane di “internazionalizzarsi”** e di essere quindi in grado concretamente di approfittare delle opportunità dell’export;
- **mutazioni climatiche** che obbligano a trasformare sia le

- strategiche agronomiche che quelle enologiche;
- mutazioni climatiche che stanno generando la **nascita di “nuovi” vini**;
 - la veloce **obsolescenza del termine “sostenibile”** che ha subito una comunicazione esasperata che ha finito con il generare più dubbi che certezze tra i consumatori;
 - la **necessità di dare un nuovo volto più autentico** al termine sostenibilità e a quanto un'azienda è credibile su questo fronte;
 - la **competenza delle risorse umane** è oggi definitivamente diventata il fattore determinante per il successo di un'impresa.

Se tutto questo è vero cosa dobbiamo aspettarci da questo Vinitaly 2023?

- Che sia l'inizio di un **nuovo modo di raccontare il vino**;
- che sia l'inizio di un nuovo modo del vino italiano di **presentarsi ai buyer internazionali**;
- che sia l'inizio di un nuovo modo di organizzare le fiere del vino dove il target a cui ci si vuole rivolgere diventa finalmente il vero driver delle scelte;
- che sia l'inizio di un nuovo modo di relazionarsi tra gli enti organizzatori di manifestazioni del vino, dove i fabbisogni del settore diventano prioritari.

Buon Vinitaly a tutti!