Tom Gilbey: il nuovo fenomeno social UK che unisce comicità e vino

scritto da Agnese Ceschi | 8 Settembre 2024



È diventato un volto noto nel mondo dei social per aver partecipato alla Maratona di Londra ed aver degustato ogni miglio un vino diverso, in un *blind tasting* in cui doveva cercare di capire anche da quale vitigno provenisse. Tom Gilbey è il nuovo fenomeno dei social inglesi con oltre 4 milioni di visualizzazioni del video in questione e quasi 500.000 Mi piace, in continuo aumento. Ciò che rende Gilbey un talento naturale, oltre alla conoscenza del vino, è la sua capacità di far ridere le persone e allo stesso tempo essere interessante ed informativo.

Dopo il video del *blind tasting* durante la Maratona di Londra "abbiamo iniziato a pensare a quali altri video avremmo potuto

fare per divertirci, intrattenere e parlare un po' di vino" afferma Gilbey in una **recente intervista a Richard Siddle su The Buyer**. "L'unico criterio che ho, quando realizzo un video insieme a mio figli che mi fa da spalla, è far ridere le persone". E così sono nati tanti altri video oltre a quello della celebre Maratona. Se si dà un'occhiata al suo profilo, **diverse degustazioni "insolite" colpiscono l'attenzione, come quello in cui Gilbey fa un bagno ghiacciato e degusta contemporaneamente un Pinot Grigio a 2 gradi**.

Facciamo un passo indietro e cerchiamo di capire meglio: **chi è Tom Gilbey?** È senza dubbio un operatore del settore, un classico ***wine merchant***, con all'attivo importanti collaborazioni con alcuni grandi importatori di vino come Jascots prima di co-fondare la propria attività, The Vintner nel 2010: un'azienda che organizza eventi di degustazione di vini pregiati e *premium* provenienti dalle principali regioni vinicole mondiali con clienti privati.

L'idea di usare i video per fare educazione risale al periodo del Covid quando gran parte delle attività di tasting si è spostata online. Oggi Gilbey offre sia esperienze di persona che tasting online ed è a tutti gli effetti un *social media wine influencer*.

Ciò che distingue davvero i video di Gilbey è il suo **approccio controcorrente, completamente aperto e onesto**. Lui non ha mai paura di esprimere la sua opinione, che a volte può risultare anche discutibile, come in un video in cui, **paragonando Cava e Prosecco, dice che il 91% dei Prosecco che ha bevuto nella sua vita era come "urina"**. Per fare tutto ciò Gilbey dichiara sempre nell'intervista a Siddle di non percepire una sterlina, non accettando dunque, a differenza di altri influencer, post sponsorizzati.

Tra i progetti futuri, Tom Gilbey sta anche pensando a come ampliare il proprio pubblico proponendo eventi, degustazioni e contenuti digitali per le **nuove generazioni** su vini meno

conosciuti. “Ho tanti studenti che mi seguono, quindi sto pensando di fare degustazioni diverse anche per loro. Sono interessato a compiere un viaggio con il *me 27enne*, andare in giro a fare nuove scoperte, trovare vini non conosciuti che possano piacere a quella generazione di consumatori, con la stessa voglia di sperimentare e conoscere” conclude Gilbey.

Il modo in cui Gilbey veicola la propria opinione in fatto di vino può essere senza dubbio opinabile e discutibile, ma ciò che balza all’occhio e che funzione è la **sua capacità di essere informativo e allo stesso tempo intrattenere il pubblico** in modo unico e irriverente.

Una lezione in più per il mondo del vino.