Il mondo del vino visto da una prospettiva femminile

scritto da Agnese Ceschi | 28 Giugno 2021



Un’altra storia, un’altra famiglia, un’altra generazione che sostituisce la precedente al timone dell’azienda di famiglia. Assistiamo oggi sempre di più ad un ricambio generazionale nel mondo del vino, un passaggio delicato, come sappiamo bene, ma allo stesso tempo portatore di grandi e nuove risorse. Il cambio generazionale, di cui parleremo, annunciato da qualche settimana, è quello di una delle più grandi realtà del settore in America: **Wine Enthusiast Companies**, fondata nel 1979 da **Adam e Sybil Strum**. Succedendo rispettivamente ad Adam e Sybil Strum, **Jacqueline Strum**, che diventa presidente e editore di Wine Enthusiast Media, e **Erika Strum** che sarà la nuova presidente di Wine Enthusiast Commerce.

Dal racconto del mondo del vino alla vendita dei prodotti per degustarlo, la strategia del mondo Wine Enthusiast sarà tutta al femminile, guidata dalla due sorelle Strum, che abbiamo intervistato.

Partiamo dalle origini: ci potete raccontare come è nata Wine Enthusiast Companies?

Wine Enthusiast Companies è stata fondata dai nostri genitori, Adam e Sybil Strum, subito dopo essersi sposati, nel 1979. Il vino era una parte importante della loro vita e da semplici appassionati hanno colto il bisogno di rendere il vino più accessibile al consumatore. All'epoca non era semplice trovare gli strumenti adatti ad un buon consumo e conservazione del vino. Inoltre, il mondo del vino può intimidente i non esperti, specialmente in passato. I nostri genitori hanno cercato di cambiarlo. Il primo passo è stato quello di creare un'attività di vendita diretta, dalla soffitta di casa, per tutto ciò di cui gli amanti del vino avevano bisogno e farlo arrivare direttamente nelle loro case. In seguito hanno fondato la rivista per permettere ai consumatori di selezionare le proprie preferenze tra le migliaia di vini presenti sul mercato. Oggi, ci piace definire l'azienda come "la principale fonte di innovazione e informazioni sul vino" in America. Oggi siamo orgogliose di questo attestato di fiducia che ci è stato dato e di portare avanti l'eredità di famiglia.

Le nuove strategie aziendali verranno portate avanti da voi due, due donne. Quale sarà il vostro contributo?

Abbiamo il desiderio di essere inclusivi in □□tutto ciò che facciamo. Crediamo fermamente che vi sia una possibilità per tutti, indipendentemente dal genere o dall'età. Per questo vogliamo sostenere le imprese fondate da donne ovunque sia possibile e di fare da mentori a chi è in soggezione nei confronti di questo settore, decisamente ancora dominato dagli uomini.

Qual è oggi il ruolo di una donna nell'industria vinicola internazionale?

In questi giorni stiamo vedendo sempre più donne in ruoli di primo piano come fondatrici, enologhe, coltivatrici e sommelier. Per questo è molto importante che ci supportiamo a vicenda. Inoltre, i dati dicono che le donne acquistino più

del 55% del vino in America, quindi se le aziende ignorano la prospettiva femminile, si perdono la maggioranza del mercato! Proprio come qualsiasi altra attività, più accorci le distanze con i tuoi clienti più li capirai. Avere donne in posizioni chiave nell'industria del vino può solo creare una migliore connessione con la fascia delle consumatrici.

Secondo voi come è cambiata l'industria del vino con la pandemia?

Jacki: Il 2020 ha visto un deciso aumento delle vendite online di alcolici e questo trend di acquisto non sta diminuendo. Il nostro e-commerce è cresciuto in maniera esponenziale nell'ultimo anno ed è un trend stabile; prima di finalizzare l'acquisto, gli utenti effettuano tantissime ricerche sul nostro magazine online per essere informati e sapere cosa scegliere. Di recente abbiamo scoperto che oltre il 65%* dei visitatori del nostro sito web è stato prima su WineMag.com proprio per informarsi meglio. A causa di questa nuova normalità e della nostra fluidità nell'e-commerce, abbiamo creato programmi di vendita che consentono ai nostri partner di avvicinarsi il più possibile al checkout con negozi online personalizzati. (*Sondaggio eseguito su oltre 700 intervistati tramite Hotjar)

Quali obiettivi futuri avere rispettivamente per Wine Enthusiast Media e Wine Enthusiast Commerce?

Jacki: Wine Enthusiast è pronto a traghettarsi nel futuro dei media digitali. Come azienda che si è sempre divisa tra una parte vendita e una di media, abbiamo uno dei database di wine&spirits-lover tra i più ricchi al mondo. Man mano che le grandi compagnie si allontaneranno dai "cookie", noi avremo sempre una solida base di contatti da offrire ai nostri clienti, e nello stesso tempo un gran numero di lettori da raggiungere e da aggiornare sulle tendenze del vino e dei liquori.

Erika: Wine Enthusiast cerca di soddisfare le esigenze degli amanti del vino ovunque essi siano. Lavorando più a stretto contatto con Jacki (a capo della rivista ndr), Wine Enthusiast acquisterà sempre più forza, grazie alla fruttuosa sinergia tra vendita e contenuto. Sia Jacki che io abbiamo competenze complementari, ma entrambe crediamo nell'importanza di testare e imparare, che è fondamentale per innovarsi e traghettarsi verso il futuro. Una cosa che rimarrà assolutamente la stessa è la cultura imprenditoriale di Wine Enthusiast. Ci riteniamo fortunate a lavorare in un business che alimenta i momenti più attesi dalle persone. Ci siamo date l'obiettivo di combattere l'aspetto "intimidente" del vino, consentendo ai nostri lettori e ai nostri clienti di godersi la vita al meglio attraverso un elegante bicchiere di vino!