

Le donne trainano il consumo del vino in Asia

scritto da Agnese Ceschi | 7 Giugno 2024



Un palcoscenico per “eroine non celebrate” del mondo del vino e degli spirits. Questo è [Women in Wine & Spirits Award](#), un premio nato in Asia per riconoscere, connettere e onorare le esperte professioniste che hanno contribuito a plasmare oggi questo settore. La fondatrice non poteva che essere una donna, **Michelle Liu**, wine consultant ed esperta di comunicazione con un background importante nel mondo del branding e del marketing con brand di fama mondiale. Michelle è recentemente stata ospite de Le Donne del Vino a Vinitaly per siglare un importante accordo di partnership con l’associazione italiana (ne abbiamo parlato [qui](#)). Con lei abbiamo esplorato il **ruolo della donna nei mercati asiatici** più importanti (Cina, Corea del Sud e Giappone), che, bilanciando carriere e vita familiare, sta prendendo sempre più spazio nella società, trainando il consumo del vino, a differenza del mondo dei

super alcolici dominato dagli uomini.

Michelle, qual è il Suo background formativo e professionale prima di approdare al mondo del vino?

Dopo il mio corso di laurea in Cina, sono andata in Francia per studiare affari internazionali e lì ho conseguito un master. Il tempo trascorso a Parigi e nella zona delle Alpi mi ha portato nel mondo della buona cucina e dei vini. Ho quindi deciso di dare una svolta drastica al mio percorso professionale nel campo della gastronomia e delle bevande al mio ritorno in Cina.

Come è iniziata l'avventura nel settore di vino e liquori?

Dopo aver lavorato per Sopexa China, sono stata caporedattore della rivista Wine & Dine. Infine, per fornire una migliore soluzione di branding e marketing ai produttori internazionali di vino e liquori nel mercato cinese, ho fondato la mia società di pubbliche relazioni nel 2009. Ho avuto clienti di marchi rinomati tra cui Perrier Jouet, Martell, cantine di Bordeaux, produttori nazionali cinesi, nonché enti vinicoli in tutto il mondo, tra cui Wine of Spain, Wine Australia, Napa Valley Vintners... È stato un viaggio divertente lavorare con questi clienti, che hanno condiviso e interpretato l'armonia della natura umana attraverso i loro prodotti.

Quando e perché ha creato WINWSA?

L'idea è nata da una cena con tante donne straordinarie che lavorano nel mondo del vino alla fine del 2019. Molte donne ricoprono ormai ruoli importanti nel settore delle bevande, ma non esisteva un premio dedicato a loro. Penso che fossimo a un bivio per questo business, e ciò che penso sia importante è fornire un palcoscenico che le eroine non celebrate del vino e

degli alcolici meritano.

WINWSA è stata fondata per riconoscere, connettere e onorare le esperte professioniste che hanno contribuito a plasmare oggi l'industria del vino e degli alcolici. Negli ultimi quattro anni, WINWSA ha offerto premi a 57 vincitori e oltre 500 candidati hanno partecipato a WINWSA. Abbiamo riunito donne del settore provenienti da oltre 20 paesi e regioni in tutto il mondo.

Qual è l'approccio delle donne nei mercati asiatici nei confronti del vino e dei liquori?

La cultura asiatica del bere è fortemente dominata dagli uomini, e i liquori (come Shoujiu, baijiu) in Giappone, Corea del Sud e Cina sono per lo più consumati da uomini. Le donne si distinguono per il consumo di vino. Il risultato di un sondaggio condotto nel 2022 ha mostrato che le donne rappresentavano il 47% e anche di più degli acquirenti di vino in Asia. Il vino è fortemente legato allo stile di vita invece che essere solo una bevanda. È "esotico" rispetto allo Shochu, al baijiu o a qualsiasi altro liquore forte, settori ancora dominati dagli uomini in Giappone, Corea del Sud e Cina. Il vino quindi può essere considerato come il punto di rottura del ghiaccio per le donne che vorrebbero posizionarsi.

Come sono percepiti i vini italiani?

I vini italiani sono percepiti come un mondo attraente e ricco di diversità, e i vitigni autoctoni stanno ricevendo molta attenzione. Possono essere posizionabili in diversi range di prezzo, dai premium ai vini più accessibili, e questo è un elemento a loro favore.

Donne ed uguaglianza di genere: a che punto siamo in Asia

Negli ultimi decenni le donne in Asia stanno facendo passi da gigante nella realizzazione della carriera. Abbiamo visto sempre più donne dirigenti collaborare rispettosamente. In Cina in particolare, direi, le donne sono state incoraggiate a diventare indipendenti nella carriera negli ultimi 20 anni, più che in Corea del Sud e Giappone. Il dibattito sull'equilibrio tra vita e carriera non è terminato, ma raramente questa questione viene sollevata agli uomini. E questo è un passo in avanti importante.

| Approfondimento: [A che punto siamo in fatto di parità di genere?](#) |