

L'Italia del vino amata dai consumatori americani, ma serve una migliore strategia comunicativa

scritto da Roxana Zeca | 6 Maggio 2021



Il Made in Italy gode da sempre di un forte richiamo sul mercato statunitense; rimanda alle tradizioni, alla cultura ed alla biodiversità del nostro Paese.

Il forte legame col territorio e coi vini italiani è stato testimoniato anche da **Patrick Farell, Master of Wine e Wine Consultant di BevWizard Co., WineKing**. Patrick è un medico chirurgo che riesce da tempo a coniugare egregiamente la sua professione con la sua passione sul versante vitivinicolo.

Lo abbiamo conosciuto grazie alla tappa statunitense del digital [Speedtasting](#) di [Michèle Shah](#), un evento di degustazione e presentazione tra cantine italiane e importatori americani, e ci ha riportato una testimonianza diretta dell'andamento dei vini italiani sul mercato statunitense.

Patrick, quali cambiamenti ha percepito nel mercato del vino statunitense e quale contributo può dare la figura del MW per favorire la ripresa del settore?

Come sapete, **ogni Stato è un mercato separato**, quindi ci sono almeno 50 mercati negli Usa, alcuni dei quali hanno registrato gravi perdite mentre altri ne hanno subite in quantità minore.

Tuttavia, il **consumo di alcol** sembra essere **aumentato** negli Usa **durante la pandemia** di Covid-19, infatti, il canale off-premise e i liquor stores hanno visto aumentare le vendite, anche se i vini più costosi ne hanno risentito. Le vendite dei ristoranti hanno subito, come è noto, gravi colpi e si stanno riprendendo grazie all'aumento delle vaccinazioni e la conseguente diminuzione dei contagi. In questa prima fase di riapertura la maggioranza dei ristoranti si sta basando sulle scorte dello scorso anno e quindi ritengo che il settore della ristorazione non si riprenderà completamente fino al 2022.

Per quanto riguarda i **Master of wines**, sono stati attivi con una serie di seminari e altre attività online. Molti di noi sono pronti a promuovere con entusiasmo il vino e le regioni attraverso attività formative, le degustazioni guidate e i seminari. Dobbiamo tutti però incoraggiare le persone a vaccinarsi il prima possibile.

Sappiamo che ha già visitato l'Italia e in particolare la Sicilia con Michele Shah in un precedente viaggio dei MW in Sicilia. Qual è il suo rapporto con il nostro Paese e con i vini italiani?

Sì, sono stato in Sicilia, Alto Adige, Umbria e Toscana. Amo la gente, i vini e il cibo italiani, a casa infatti cuciniamo spesso i piatti tradizionali e godiamo di vini Made in Italy.

La mia fidanzata, Bernadette, è etnicamente di origini italiane, poiché sua madre è cresciuta fuori Roma, inoltre, è in procinto di richiedere la cittadinanza italiana, quindi i nostri legami sono entrambi profondamente radicati e forti.

L'Italia detiene un'incredibile varietà di vini. Questa "diversità" nella produzione vinicola italiana è percepita dai consumatori statunitensi? Oppure le cantine dovrebbero migliorare la loro strategia di comunicazione e come dovrebbero comunicare l'incredibile diversità dei loro vini?

La **diversità è fantastica** e commercialmente parlando il lavoro è in fase di progresso. Per molti consumatori americani l'Italia del vino è principalmente caratterizzata dalle regioni Toscana e Piemonte. Detto questo, Sicilia, Alto Adige e Umbria stanno facendo progressi, soprattutto in termini di nuove varietà e miglioramenti qualitativi. Le cantine dovrebbero però attivarsi per **migliorare la funzione educativa e le azioni di marketing**.

Secondo la sua esperienza, su cosa dovrebbero concentrarsi le cantine italiane per ottenere un posizionamento più forte nel mercato post-Covid negli Usa?

Ci vuole **pazienza**, il che sappiamo essere un concetto più facile a dirsi, ma più difficile da realizzare. Ci sarà un ritardo tra la ripresa economica e la ripresa, in particolare, del canale horeca. Detto questo, i prossimi anni dovrebbero presentare ai produttori delle buone opportunità.

In relazione allo Speedtasting appena concluso, è stato il primo a cui ha partecipato? Puoi dirci cosa ha apprezzato maggiormente di questo format?

Sì, è stata la mia prima volta. Mi è piaciuta la gamma di regioni e stili, così come la diversità nei formati di presentazione. È stato anche molto intenso, il che è stato un bene. Inoltre ho avuto l'opportunità di ricevere a casa i vini dei produttori italiani, il che mi ha permesso di degustarli e rivisitarli più volte nei due giorni successivi ed è stato molto interessante.