

Quale è il futuro dei tasting virtuali?

scritto da Agnese Ceschi | 28 Ottobre 2020



Il futuro dei wine tasting è virtuale? L'esplosione durante questa pandemia di occasioni virtuali di degustazione di vino, sia trade che rivolte ai consumatori finali, ma anche di webinar e seminari formativi sul vino, ci sta sicuramente portando su un sentiero che difficilmente verrà abbandonata in futuro.

Questa ed altre importanti considerazioni legate a questa nuova modalità di degustazione del vino in questa "Nuova Normalità" sono state formulate durante un interessante webinar organizzato dalla [Camera di Commercio italo-americana del Texas](#). I relatori, moderati dallo scrittore e wine educator **Jeremy Parzen**, hanno condiviso le loro opinioni sul futuro della degustazione virtuale di vino, parlando dell'esperienza recente di Taste of Italy con l'ausilio della

nuova piattaforma innovativa **GrapeIn**, nata per connettere i produttori di vino con gli acquirenti di vino negli Stati Uniti.

Maurizio Gamberucci, deputy director della Camera di Commercio Italia-America in Texas, che organizza da ormai 6 anni l'evento [Taste of Italy](#), ha raccontato l'esperienza della riformulazione della sesta edizione del trade show di prodotti food&wine italiani in versione virtuale. "Nato nel 2015 questo trade show è cresciuto molto negli anni fino a raccogliere un bacino di più di 120 espositori e 650 buyer lo scorso anno. Il 2020 ci ha messo davanti ad una non facile sfida: reinventare il format per far fronte all'emergenza sanitaria" ha spiegato Gamberucci.

Così l'organizzazione ha re-immaginato l'evento in modo da far vivere ai partecipanti la stessa esperienza della modalità fisica, ma le difficoltà non sono state poche. "Per noi è stato fondamentale in primo luogo far inviare i prodotti in America in modo da averli a disposizione per i tasting dei buyers e così abbiamo potenziato la collaborazione con i partner logistici. Inoltre abbiamo preso la decisione di sviluppare l'evento in versione 100% digitale. A quel punto si è presentata l'esigenza di ricorrere alla giusta piattaforma dove i buyers potessero trovare tutte le informazioni sulle aziende e sui vini e potessero connettersi con loro una volta selezionato le aziende di interesse. Ci siamo rivolti a GrapeIn" ha aggiunto Gamberucci.

Il fondatore di [GrapeIn](#), piattaforma business di connessioni tra produttori e operatori, **Jack Cohen Martin** ha spiegato: "GrapeIn è una piattaforma dove il business può incontrarsi, un nuovo canale di connessione che mette la tecnologia al servizio delle aziende, soprattutto quelle più piccole che non riescono ad interfacciarsi normalmente con il grande network distributivo americano. Noi creiamo un virtual network che consenta un approccio pragmatico agli incontri di tasting virtuali".

Le potenzialità di questa modalità virtuale sono stata molto apprezzate dai 40 buyers che hanno aderito in questa edizione di Taste of Italy. Uno di essi, **Tom Dobson**, buyer di vino italiano per la catena di liquor store americana [Spec](#), ha raccontato come “i tasting virtuali danno una grande possibilità: la flessibilità della gestione dell’appuntamento. Io, che sono nella fascia di età dei Millennials, apprezzo molto questa versione smart, che mi dà l’opportunità di gestire il tasting come voglio. Il tempo per me è fondamentale e questa modalità mi consente di gestirlo al meglio. Degusto il vino con i miei tempi, anche qualche giorno prima dell’appuntamento, senza la fretta di una fiera o le condizioni esterne distraenti di una sala piena di persone”.

Gli fa eco il responsabile export dell’azienda piemontese [Vite Colte](#) **Roberto Cane**: “Questa modalità pulisce il meeting di troppe chiacchiere di circostanza, spesso non funzionali. Nella versione digital si degusta in modo più focalizzato, 3 tipi di vino e non 11, con una concentrazione maggiore su quello che si sta facendo. Senza contare il denaro che si risparmia non viaggiando più come prima”. E condividendo l’esperienza di un’azienda italiana con questa difficile prova, Cane ha aggiunto: “Quando la pandemia ha avuto inizio devo ammettere di aver avuto paura per il futuro del mio lavoro e business. Mi ha sorpreso però vedere come tutta l’industria del vino abbia cercato di stare unita. Tutti noi, produttori e operatori, abbiamo cercato connessione, come è stato possibile: sono esplosi i virtual tasting, i webinar, i seminari. Per me questo è stato un segno di grande positività”.

La domanda finale aleggia nel pensiero dei partecipanti: il futuro degli eventi b2b e tasting sarà virtuale?

“Sicuramente per i prossimi 6 mesi e più questa modalità sarà l’unica utilizzata. Noi alla Camera di Commercio Italia-America del Texas stiamo già programmando dei trade show focalizzati solo sui vini biodinamici, sostenibili e organici

e in futuro ne faremo di mirati per regione italiana. Inoltre abbiamo in programma un evento rivolto ai consumatori finali, un virtual dinner, che apre le porta ad una nuova visione del consumo del vino” conclude Gamberucci.

Insomma, nessuno può dare una risposta certa alla domanda iniziale, quel che è certo è che i vantaggi della modalità virtuale sono evidenti, anche se in fondo tutti noi ci chiediamo se forse non fosse meglio quando riuscivamo a guardarci negli occhi ed instaurare una relazione autentica nella realtà “non virtuale”.