Un ambasciatore del vino italiano nel mondo

scritto da Alessia Venturi | 7 Gennaio 2016



Durante il recente forum del vino Wine2wine abbiamo incontrato un ambasciatore del vino italiano nel mondo (del team di Vinitaly International). Gurvinder Bhatia, affermato giornalista in Canada, è redattore di Quench Magazine, la rivista su cibo e vino più diffusa e letta nel Paese nord americano, ed editorialista di Edmonton Journal. Da anni nel

settore con il suo store “Vinomania wine boutique” in Alberta, ci fornisce la sua visione riguardo al vino italiano in Canada e spiega come dovrebbe intervenire la stampa nella promozione del vino.

Quale consiglio darebbe ai produttori di vino italiani per far conoscere e vendere i propri prodotti in Canada?
L’elemento principale è capire che il Canada ha mercati davvero diversi al suo interno e ogni Regione opera in modo differente. È importante trovare e selezione un importatore che capisca come operare in modo efficace in ogni Regione. Di certo trovare un importatore non è lo step finale, anzi è solo l’inizio! È doveroso lavorare insieme agli importatori per far conoscere i propri prodotti e la propria storia così che possano condividere le informazioni con i principali compratori e le persone più influenti nel mercato.

Qual è l’immagine che si ha del vino italiano nel suo Paese?
In generale i vini italiani sono ben accettati. Si percepisce la presenza di una fascia di prezzo di vendita e dei diversi livelli di qualità. D’altra parte i vini italiani sono difficili da capire a causa dei nomi difficili da pronunciare e delle etichette difficili da leggere, sopra cui non vi è nemmeno indicata la varietà d’uva.
Quali sono i vantaggi e gli svantaggi di un commercio al dettaglio privatizzato come Alberta, dove Lei ha lo store “Vinomania wine boutique” ?
Sicuramente un vantaggio è il fatto di non avere barriere doganali. Ma non avendole, non vuol dire necessariamente entrare subito nel circuito delle vendite. Alberta è un mercato davvero competitivo e frammentato. È importante differenziare i propri vini in qualche modo e creare relazioni con le persone di maggiore influenza nel mercato. Inoltre ci sono veramente pochi wine store ad Alberta. La maggior parte possiede solo i marchi commerciali più tradizionali.
Essendo lei redattore di tematiche legate al vino, quale pensa sia l’importanza della stampa nella promozione del vino?
È molto importante che la stampa trasmetta un’accurata informazione sui vini, anche se purtroppo non è sempre così. Per quanto riguarda i vini italiani, credo che ci siano molte

percezioni errate tra consumatore, industria e stampa. Nei confronti della stampa, i produttori dovrebbero fare uno sforzo in pi per aggiornarla e informarla sulle dinamiche, invece di dare loro un “discorso per vendere qualcosa”. Ma anche, i giornalisti dovrebbero informasi di pi e non limitarsi a rigurgitare un’informazione sul vino cos come stata fornita. Il consumatore affamato di notizie e deve essere un imperativo per i membri della stampa fornire un’informazione dettagliata e pertinente.

Quali sono i punti a favore e a sfavore del vino italiano in Canada?

Un punto a favore sicuramente la diversit che esiste rispetto ai vini che sono importati. Al contrario, nel mercato non sono abbastanza rappresentati i piccoli produttori e viene dato troppo spazio a quelli tradizionali.

PROFILE

Gurvinder Bhatia ha lasciato una carriera in legge per seguire la sua passione per il vino e il cibo.

redattore del vino per Quench Magazine, la rivista su cibo e vino pi diffusa e letta in Canada. E’ editorialista sul vino per l’Edmonton Journal e per la Global TV Edmonton, consulente su vino e cibo, giudice internazionale del vino e proprietario di “Vinomania wine boutique” (fondata nel 1995), nominata tra i 20 migliori negozi di vino in Canada. il fondatore e direttore di “Northern Lands”, il pi grande festival culinario del paese, ed stato recentemente certificato come Italian Wine Ambassador di Vinitaly International Academy.