

Allegrini investe sui giovani

scritto da Agnese Ceschi | 20 Settembre 2018



Investire sulle nuove generazioni: questo pensava Marilisa Allegrini quando ha pensato all'Allegrini Boot Camp. Quaranta giovani under 30 da 16 Paesi al mondo, professionisti del vino tra sommelier, buyer e influencer, hanno partecipato al primo Boot Camp organizzato dalla produttrice veronese nella storica cornice di Villa della Torre a Fumane, Verona.

Sono tutti giovani talenti, sommelier, buyer, influencer, ristoratori, importatori e altri professionisti del settore, che hanno passato tre giorni tra il centro di Verona e la Valpolicella per conoscere meglio il vino italiano e il suo territorio. "Credo molto nel valore dei giovani, e come riescono e riusciranno a essere testimoni delle nostre produzioni – spiega Marilisa Allegrini -. Un'esperienza come questa permette loro di conoscere la Valpolicella, Verona ma soprattutto l'Italia. Vogliamo far innamorare questi ragazzi dell'Italia. Per noi sono preziosi per capire quali sono i valori da comunicare alle nuove generazioni".

Durante la tre giorni i giovani – provenienti da Stati Uniti, Olanda, Russia, Italia, Germania, Norvegia, Messico, Svezia, Islanda, Israele, Inghilterra, Ghana, Slovacchia, Polonia, Portogallo, Ucraina – hanno assistito a diversi seminari e degustazioni sui vini italiani, condotte dai top sommelier Walter Meccia e Gennaro Buono, si sono messi alla prova con la vendemmia, guidati da Franco Allegrini, e visitato il centro di appassimento Terre di Fumane, dove in questi giorni stanno arrivando le uve che daranno vita all'Amarone 2018.

“Trovo questa esperienza molto interessante per l'opportunità che mi ha dato di confrontarmi con altri giovani, mettendo in comune idee ed esperienze che ognuno di noi ha nel proprio mercato. Ho apprezzato in particolar modo la possibilità di degustare diversi vini italiani, non solo quelli di Allegrini, che abbiamo potuto confrontare e discutere assieme agli esperti” racconta Coralie Orbenne, giovane buyer olandese di Sligro.

“Ho trovato le masterclass un bel momento per approfondire la conoscenza sui vini italiani e confrontare con gli altri ragazzi i gusti e i diversi trend dei rispettivi mercati. In Russia, da dove vengo, tutto ruota molto attorno al prezzo, essendo il costo di ogni bottiglia molto alto a causa delle tasse di distribuzione e dunque è stato interessante per me condividere le esperienze” spiega Gregory Podrezov, sommelier russo.

Tra gli interventi che hanno caratterizzato questi giorni, quello del giornalista Aldo Fiordelli, che ha parlato di ciò che fa notizia nel mondo del vino, di Giuseppe Di Martino, amministratore dell'omonimo gruppo, che si è concentrato sul rapporto tra pasta, di cui è produttore, e vino, di Stevie Kim, managing director di Vinitaly International, che ha portato la sua testimonianza di una vita spesa nel digital marketing, e di Martino Crespi, di Jeunes Restaurateurs, che ha affrontato il tema della figura del sommelier durante gli eventi.

Un evento diverso ed innovativo che per la prima volta non si concentra sul mondo senior della distribuzione del vino, ma investe, finalmente, sulle nuove generazioni. I consumatori del domani.