

Nasce Wine Meridian Nuova realtà del vino

scritto da Fabio Piccoli | 15 Ottobre 2013



Sono emozionato nello scrivere questo primo articolo che sancisce ufficialmente la nascita di Wine Meridian, un sogno per me prima di essere un progetto editoriale.

Un sogno come tutte quelle idee che si maturano nel tempo, frutto di osservazioni, di speranze, di aspettative.

Un tempo, ormai quasi vent'anni, passato in giro per il mondo guidato dal faro del vino italiano e, più correttamente, dal coraggio e dal dinamismo delle imprese vitivinicole italiane. Quelle imprese che hanno capito, spesso prima anche di altri competitor internazionali, che i confini del mercato del vino potevano essere molto più vasti dell'immaginabile e che il futuro delle loro imprese, la loro competitività si sarebbe potuta garantire volgendo lo sguardo oltre l'orizzonte.

Wine Meridian nasce dai pensieri fatti nei grandi e piccoli aeroporti di gran parte del mondo, dopo aver visitato fiere, dopo aver partecipato a workshop con gli importatori, dopo aver ascoltato i commenti di ristoratori internazionali, dopo aver raccolto decine e decine di statistiche di vendita, dopo aver osservato i comportamenti della nostra “concorrenza enologica”.

Ma soprattutto Wine Meridian nasce dal quotidiano confronto con voi, imprenditori del vino, export manager, wine ambassador, ascoltando le vostre esperienze, i vostri fabbisogni. Mi verrebbe da dire, passatemi questa “presuntuosa” forzatura giornalistica, perché ce lo avete chiesto voi. Un supporto quotidiano alla vostra attività per capire dove vanno i mercati del vino, come si segmentano, come si evolvono gli stili dei consumatori, come si selezionano gli importatori, come si creano partnership con i buyer internazionali.

La linea editoriale su questo fronte è e sarà sempre molto chiara: assoluto pragmatismo e concretezza. Non sono solo le “statistiche” quello che ci interessa raccontare, dietro ogni numero ci sarà sempre una strategia, un’azione concreta per poter sfruttare al meglio una opportunità.

Ma Wine Meridian nasce anche per dare voce al vino italiano nel mondo. Un’ambizione forte, ce ne rendiamo conto, e pur consapevoli dei nostri limiti, fin da subito vogliamo raccontare al target più autorevole nel mondo del vino, ai reali influenzatori dei diversi mercati, ma anche ai sempre più crescenti wine lovers di ogni angolo del pianeta, le diverse e straordinarie identità della vitivinicoltura italiana.

Per conseguire questi due straordinari obiettivi abbiamo deciso di dividere Wine Meridian in due parti: una, in lingua italiana, destinata a tutti gli operatori della filiera vitivinicola che vogliono accrescere la loro competenza sul fronte dell’export; un’altra, in lingua inglese (in questa

prima fase ma l'obiettivo è di arrivare presto alle più importanti lingue dei principali mercati di sbocco del vino italiano), dove il vino italiano, i produttori, i territori di produzione, ma anche tutto ciò che a che fare con il made in Italy anche in senso "culturale", sia raccontato in modo tale di accrescere la conoscenza nei confronti del nostro straordinario patrimonio enologico.

Vi è un denominatore comune in queste due parti di Wine Meridian: dare valore aggiunto al vino italiano, consentirgli di non essere solo un leader di "volume" ma sempre più anche di "valore".

Con wine meridian, quindi, anche noi accettiamo la sfida che quotidianamente le nostre imprese hanno sui mercati di tutto il mondo.

Insieme, sono convinto, possiamo fare un grande lavoro.

Grazie fin d'ora della vostra disponibilità a seguirci e a crederci. Nasciamo in una delle fasi storiche che probabilmente verrà ricordata come tra le più complesse dal punto di vista socio-economico. Sono convinto che è proprio in queste fasi che la competenza e la passione possono fare la differenza.

Noi ce la metteremo tutta.