# Great Wine Capitals (GWC) premia Chia Chia Koay e InHaeng Jung

scritto da Redazione Wine Meridian | 22 Settembre 2025




*Il network Great Wine Capitals ha assegnato i grant di ricerca 2025-2026 a Chia Chia Koay (Univ. Verona) e InHaeng Jung (Sonoma State Univ.). I loro studi innovativi esploreranno l'impatto dei premi sull'enoturismo e le strategie culturali per i mercati asiatici, fornendo strumenti concreti per le cantine e le destinazioni del vino.*

Il network globale **Great Wine Capitals (GWC)** ha svelato i destinatari del suo prestigioso **International Research Grant per il biennio 2025-2026**. I due progetti vincitori sono stati selezionati attraverso un processo internazionale per la loro eccellenza accademica e la rilevanza pratica, con l'obiettivo di portare nuove prospettive strategiche nei campi

dell’enoturismo, del coinvolgimento dei consumatori e dello sviluppo delle destinazioni vitivinicole.

## L’Italia protagonista con l’Università di Verona

Il primo riconoscimento è stato assegnato a **Chia Chia Koay del Dipartimento di Management dell’Università di Verona**. Il suo progetto di ricerca si propone di esplorare l’impatto dei premi enoturistici sull’esperienza dei visitatori e sulla reputazione delle cantine. Attraverso indagini di mercato condotte in Francia, Italia e Regno Unito, con un focus specifico sulle aree di Bordeaux e Verona, lo studio si prefigge di **valutare le preferenze dei turisti e la loro disponibilità a pagare per diverse tipologie di premi e attività esperienziali**.

“Sono grata al network GWC per avermi concesso il *GWC International Research Grant*, che mi permetterà di approfondire come le persone percepiscono il valore dei riconoscimenti nel turismo del vino”, ha dichiarato la ricercatrice. Il progetto mira a fornire alle cantine strumenti concreti per comprendere il valore strategico dei premi, guidare la creazione di esperienze turistiche più efficaci e supportare la collaborazione nel marketing territoriale.

## Oltre i confini: intelligenza culturale e mercati emergenti

Il secondo *GWC International Research Grant* è stato vinto da **Dr. InHaeng Jung del Wine Business Institute della Sonoma State University (USA)**. La sua ricerca si concentrerà sull’intelligenza culturale e la segmentazione dei consumatori nei mercati emergenti di Cina, Corea del Sud e India. Basandosi sulla Consumer Culture Theory, lo studio analizzerà come i fattori culturali e psicografici influenzino le

aspettative dei turisti riguardo a temi chiave come autenticità, sostenibilità, personalizzazione e consumo simbolico. La sostenibilità, in particolare, è un concetto sempre più legato a pratiche di **biodiversità in vigneto, come la tutela di impollinatori fondamentali quali le api, un valore aggiunto riconosciuto a livello globale**.

"L'enoturismo non è più un'esperienza standardizzata", ha affermato Jung. "Questo progetto evidenzierà come la cultura modelli ciò che le persone apprezzano, nel bicchiere e oltre, aiutando le cantine a progettare esperienze significative per un pubblico globale eterogeneo".

## Dalla ricerca all'applicazione pratica

Entrambi gli studi si distinguono per il loro approccio orientato all'applicazione pratica dei risultati. Come ha sottolineato il **Dr. Armando Maria Corsi, coordinatore del *GWC International Research Grant***, "i progetti selezionati **offrono una rara combinazione di spessore accademico e applicazione pratica**". L'obiettivo finale è aiutare il settore enoturistico a rispondere in modo più efficace alle mutevoli aspettative dei visitatori e alle dinamiche dei mercati globali. I risultati delle due ricerche verranno presentati ufficialmente durante la Conferenza Annuale del network Great Wine Capitals nel 2026, condividendo le scoperte con professionisti del settore, autorità regionali e partner accademici. Nel frattempo, i vincitori del *GWC International Research Grant* 2024-2025 presenteranno i loro risultati alla conferenza di Bordeaux, prevista per novembre 2025.

---

## Punti chiave

- **GWC assegna *GWC International Research Grant*** a Koay e Jung per ricerche innovative sull'enoturismo e mercati

culturali emergenti.

- **Italia protagonista con Chia Chia Koay**, focus su premi enoturistici e valorizzazione dell’esperienza visitatore.
- **Jung esplora mercati asiatici**, intelligenza culturale e aspettative dei turisti su autenticità e sostenibilità.
- **Applicazione pratica evidenziata**: risultati delle ricerche guideranno cantine e destinazioni vinicole in strategie concrete.
- **Conferenze future**: risultati presentati nelle conferenze GWC 2025-2026 a Bordeaux e nel network internazionale.