

Master of Wine: il vino italiano sul mercato internazionale

scritto da Roxana Zeca | 24 Marzo 2021



Si è tenuto il 4 marzo scorso il nostro webinar sulle “**Prospettive e previsioni per il nuovo scenario internazionale**” che ha avuto come ospite d’onore [Gabriele Gorelli](#), il primo Master of Wine italiano.

Grazie al **Rapporto Ismea** al quale abbiamo collaborato, possiamo definire che l'Italia ha chiuso il 2020 con una perdita non tragica come ci si aspettava; ammonta, infatti, a solo – **3,2% il deficit dell'export del settore vinicolo**.

Sul **mercato statunitense** ci configuriamo come il **Paese che** ha avuto il **minore calo di import** con una quota del – 3,2% ed in Germania, addirittura. abbiamo conquistato un +1,7% sul volume totale delle importazioni.

Dati meno speranzosi per il **mercato inglese**, che ha visto un forte **crollo del mercato sparkling**, settore di cui l'Italia ne era leader con le bollicine. Situazione difficile anche per la Cina, che tuttavia vede un progressivo calo delle importazioni iniziato circa tre anni fa e fortemente accelerato dalla pandemia in corso.

Oltre alla ristrutturazione del settore Horeca, all'incremento del canale e-commerce e gdo, sicuramente la rivoluzione principale sarà individuare un **nuovo rapporto con i clienti ed i mercati esteri**. Mercati esteri, che come ci condivide Gabriele, ancora non comprendono appieno le potenzialità dettate dalle grande diversità italiana.

Gabriele Gorelli, nato e cresciuto a Montalcino, poliglotta e molto preparato. Inizia un lungo percorso di studi che lo ha portato ad essere nominato il **primo Master of Wine italiano**, titolo attraverso il quale si sente in dovere, con grande umiltà e competenza, di farsi portavoce della bellezza italiana nel mondo.

Gabriele è intervenuto durante la nostra sessione, condividendo punti di vista e prospettive importanti sul vino italiano nel mondo e rispondendo ad alcune nostre domande.

La notizia di questo premio, ci condivide Gabriele, la spiega secondo una sua peculiare **“metafora dello zaino”** che contiene sia il fardello ed il peso di un titolo così importante, ma è altrettanto pieno di tanti aspetti formativi e utili.

“Grazie a questo titolo, l’Italia ha ora un posto di rilievo al tavolo dei Paesi più rappresentativi e non sono solo io come Gabriele ad averlo ricevuto” – questo il suo spirito d’essere volto a farsi portavoce del Belpaese attraverso il titolo appena ricevuto.

Per comprendere meglio quali siano i **compiti** di cui un Master of Wine dovrà farsi carico, gli abbiamo domandato quale sia il contributo operativo che questa figura apporta alla filiera del vino.

Gabriele ci spiega che la figura del Master of Wine nasce circa 70 anni con funzioni compravendita e di controllo importazioni e distribuzione per i Paesi del Commonwealth. Nel corso degli anni il **profilo** del Master of Wine è diventato più multiculturale e **più aperto** a diverse altre fasi della filiera con contributi di tipo formativi, promozionali e relazionali.

Sicuramente la figura del Master of Wine è poliedrica e rappresentativa e quanto condiviso da Gabriele, capiamo che l’impatto positivo che questo titolo ha avuto sulla sua vita, gli consentirà di continuare nel suo **percorso di apprendimento e di condivisione**.

“Spero che si possa continuare ad imparare e spero di continuare a promuovere e le denominazioni italiane sul mercato internazionale. Viaggiare ed avere un profilo internazionale è sicuramente un lato importante del mio percorso, ma preferisco rimanere un un punto di rilievo sull’Italia e cercare di portarla nel mondo”.

E l’Italia del vino nel mondo non ha sicuramente una posizione facile. La **grande diversità di produzioni** innescano una grande difficoltà anche nel saperle comunicare efficacemente sui mercati e sicuramente anche Gabriele, per la sua parte, avrà una grande responsabilità in merito.

Tuttavia, come ci spiega il neo Master of Wine, siamo noi italiani in primis a non avere un’idea chiara e definita di

chi siamo e di cosa e come vogliamo comunicare. Certamente l'offerta italiana è caratterizzata da una grande diversità e complessità, ma è **ciò che viene definito come complesso a risultare il più interessante**. Tuttavia, necessitiamo lavorare maggiormente sulla nostra visione e comunicazione e lavorare con una segmentazione maggiore sotto il punto di vista dei clienti, dei canali e dei mercati.

In chiusura, il Master of Wine Gabriele ci lascia con un'importante riflessione e suggerimento per i produttori e per il manager del vino italiani in merito all'attuale situazione di difficoltà che tante cantine stanno vivendo. Il consiglio è quello di **sviluppare e rafforzare le relazioni come leitmotiv di questo 2021**. "Instaurare dei rapporti basati sul dare, senza aspettarsi nulla in cambio, perchè arriverà poi un giorno chi ci ricompenserà e ci ritornerà indietro tutti i nostri sforzi precedenti".