

Milano Wine Week punta all'internazionalità

scritto da Redazione Wine Meridian | 22 Marzo 2019



In occasione di ProWein, è stato presentato in anteprima il concept della seconda edizione della **Milano Wine Week, in programma dal 6 al 13 ottobre 2019**. Nell'elegante e moderno Hyatt Regency Hotel, l'evento ha riaperto i riflettori a livello internazionale sul settore vitivinicolo italiano, chiamando a raccolta stampa e stakeholder provenienti da tutto il mondo. Il Salone internazionale del vino di Düsseldorf è stato il palcoscenico scelto per svelare i primi dettagli dell'edizione 2019 di una manifestazione che si annuncia anche quest'anno ricca di eventi e appuntamenti e che è entrata meritatamente nel calendario delle grandi settimane tematiche milanesi.

A fare gli onori di casa è stato Federico Gordini, fondatore e presidente di Milano Wine Week. Insieme a lui sono

intervenuiti: Gian Marco Centinaio, Ministro delle Politiche agricole alimentari, forestali e del turismo; Carlo Maria Ferro, presidente ICE, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane; Fabio Rolfi, Assessore all'Agricoltura, Alimentazione e Sistemi Verdi della Regione Lombardia; Luciano Ferraro, caporedattore centrale del Corriere della Sera; Silvana Ballotta, CEO di Business Strategies e coordinatrice del Wine Business Forum; ed Helmut Köcher, Presidente e Fondatore del Merano WineFestival e di The Wine unter. Ha inoltre portato i suoi saluti anche S.E. Luigi Mattiolo, Ambasciatore d'Italia in Germania.

“Dopo il ‘battesimo’ dello scorso anno ci aspettiamo importanti cose da questa seconda edizione della Milano Wine Week che, dopo aver rappresentato ‘la novità’, ha tutte le carte in regola per aspirare ad affermarsi come appuntamento annuale per il settore vitivinicolo e rafforzare quel turismo di qualità e di eccellenza a cui l'Italia deve aspirare. Il mio obiettivo è quello di consolidare ulteriormente il brand Italia non solo in Germania, ma anche nel resto d'Europa e soprattutto nei mercati emergenti, target privilegiato, quest'ultimo, del big player fieristico tedesco. Anche quest'anno l'Italia al ProWein si conferma come il Paese con il maggior numero di espositori provenienti da tutte le regioni d'Italia. Dobbiamo andare avanti così, promuoverci nelle più importanti vetrine estere e attrarre i buyer internazionali nel nostro Paese, far capire loro come e da chi vengono prodotti i nostri vini, cosa rappresenta il prodotto vino, per la nostra cultura, tutti sotto una sola bandiera, quella dell'Italia”, ha dichiarato il Ministro delle Politiche agricole alimentari, forestali e del turismo, sen. Gian Marco Centinaio, nel corso della presentazione di ieri sera.

“Il vino è uno dei settori più brillanti della nostra economia, che più di ogni altro prodotto riesce a sintetizzare le culture, le tradizioni, i sapori dei territori italiani. Ho detto da subito che era necessario un cambio di passo per compiere un salto di qualità. Le nostre imprese non possono farlo da sole. Ecco perché sono qui a Düsseldorf a sostenere le aziende vitivinicole che si presentano in Germania. È necessaria una nuova sinergia tra privati e istituzioni per portare avanti una visione di promozione unitaria e autorevole, esplorare nuovi mercati, rispondere in modo

adeguato all'attuale domanda commerciale, stare al passo con i tempi", ha concluso il Ministro Centinaio.

La Milano Wine Week, negli intenti del fondatore e presidente Federico Gordini, già ideatore di Bottiglie Aperte e Vivite, si presenta al pubblico con un linguaggio contemporaneo e inclusivo come una piattaforma moderna di comunicazione enologica in grado di mettere a confronto consorzi e produttori con le migliori realtà della città. Milano, per ciò che rappresenta oggi, è dunque il luogo ideale per far crescere e consolidare la comunicazione del mondo del vino in termini di innovazione e di avanguardia. "Vogliamo diffondere la cultura del vino e farlo conoscere nella maniera più immediata possibile. Creare momenti di condivisione, convivialità ed esperienze dirette che avvicinino il pubblico alle aziende e ai territori attraverso la viva voce dei protagonisti, dei produttori, dei vigneron che ogni giorno si dedicano a realizzare un prodotto unico e vivo", ha affermato Gordini.

"Vogliamo accostare il mondo del vino ad altri settori di eccellenza, di cui Milano è capitale indiscussa del Paese, per rafforzarne il messaggio. Portare il mondo del vino tra la gente non significa abbassare il 'tone of voice', ma renderlo semplicemente meno tecnico, comunicando nel modo giusto i propri valori e rendendo l'esperienza più emozionale".

Un percorso iniziato nel 2018 e che quest'anno evidenzia senza dubbio una crescita in termini di maggiore consapevolezza e attenzione per raccontare tutti gli aspetti di un mondo, come quello del vino, tanto affascinante quanto complesso. Dopo lo straordinario successo della prima edizione, che ha visto oltre 200 eventi in città tra degustazioni, "walk around tasting", cene, aperitivi, workshop, conferenze, talk e presentazioni di magazine e libri, più di 100.000 partecipanti, l'avvicendamento di oltre 200 relatori di fama nazionale e internazionale, oltre 50 eventi a Palazzo Bovara, solo per citare alcuni numeri, anche quest'anno la Milano Wine Week sarà sempre di più un'occasione per raccontare e diffondere la cultura del vino attraverso linguaggi propositivi, innovativi e internazionali capaci di parlare a un pubblico trasversale e non solo agli addetti ai lavori.

Palazzo Bovara sarà ancora la "casa" della Milano Wine Week per questa otto giorni caratterizzata da un palinsesto ricco

di eventi distribuiti anche in location inedite della città. Locali, enoteche, ristoranti saranno protagonisti di veri e propri distretti del vino. Un grand opening caratterizzerà l'inizio della kermesse, preceduto da un brindisi inaugurale che punterà a superare il Guinness dei primati. La chiusura della settimana, in ne, sarà scandita da un grande party nale. Tra le novità va annoverata la partnership con il Merano WineFestival – uno dei festival “food & wine” tra i più glamour, che si svolgerà a novembre 2019 – e il suo patron Helmut Köcher.

All'interno della manifestazione ritorna anche il Wine Business Forum, momento di informazione sul vino italiano che coinvolge opinion leader del settore con lo scopo di confrontarsi su temi specifici legati all'innovazione, alla comunicazione, all'internazionalizzazione e alla nanza.

“Il vino italiano è un prodotto sufficientemente maturo per competere ad alto livello sui mercati internazionali. Le nostre esportazioni sono raddoppiate in pochi anni, ma è altrettanto vero che in molti casi i competitor stanno facendo meglio di noi. Per vincere la sfida dell'internazionalizzazione è necessaria una visione di medio e lungo termine e azioni di promozione credibili e autorevoli”, sottolinea Silvana Ballotta, CEO di Business Strategies, società leader impegnata in percorsi di sviluppo delle PMI sui mercati esteri nei settori dell'agroalimentare e del lusso. “Milano Wine Week – prosegue Ballotta – va in questa direzione e, con la seconda edizione del Wine Business Forum, ci diamo l'obiettivo di rafforzare la collaborazione tra imprese e istituzioni per creare un modello di business in grado di far crescere il vino italiano nel mondo”.

Anche quest'anno si confermano “founding supporters” 7 aziende importanti del settore vinicolo italiano, ognuna delle quali ha deciso di interpretare uno specifico tema tematico, che verrà poi declinato in molteplici iniziative nalizzate ad avvicinare il pubblico al mondo del vino. Nel dettaglio, Feudi di San Gregorio si concentrerà sul DESIGN, mentre Gruppo Lunelli con Cantine Ferrari ha deciso di puntare sulla CREATIVITA'. Se Zonin1821 si focalizzerà sul tema YOUNG TALENT, Guido Berlucchi si assocerà invece al TURISMO. Toccherà invece a Pasqua Vigneti e Cantine esprimere al meglio la categoria NEW TREND, mentre Gruppo Santa Margherita si af

ancherà all'ARCHITETTURA e il Consorzio di Tutela del Franciacorta alla MODA.

Tra i partner istituzionali, invece, Regione Lombardia ha rinnovato il proprio sostegno decidendo in particolare di accendere i riflettori sul tema TRADIZIONE E INNOVAZIONE con l'intento di accompagnare i produttori di vino nella sfida dell'internazionalizzazione, sia a livello economico che facendo da regia per iniziative di successo.