

Nascono in Cina i primi corsi per

scritto da Redazione Wine Meridian | 23 Novembre 2017



Quindici città, **100 classi**, **2.400 studenti** e **1 milione di followers** per formare gli appassionati di vino in Cina e allo stesso tempo indagarne gusti e preferenze a partire dagli autoctoni italiani. Sono i numeri del **nuovo progetto di formazione per il vino italiano in Cina della Taste Italy! Wine Academy**, la prima wine school italiana interamente dedicata ai winelovers cinesi **fondata da Business Strategies a Shanghai** nell'aprile dello scorso anno.

Il programma, che è stato presentato nel corso della seconda giornata del 72° convegno di Assoenologi, punta a promuovere capillarmente il vino italiano attraverso un'azione di formazione fondamentale affinché il prodotto made in Italy venga capito e apprezzato. Per Silvana Ballotta, CEO di Business Strategies: "La Taste Italy! Wine Academy non vuole essere una semplice scuola. Si tratta di una **piattaforma**

sperimentale che si basa sulla filosofia dell''insegnare imparando', attraverso uno scambio culturale bidirezionale tra formatori e consumatori cinesi.

I nostri studenti rappresentano un campione prezioso del complesso mercato cinese, i cui gusti devono essere correttamente analizzati e interpretati, oltre che indirizzati. "Per questo "**spiega Ballotta** " abbiamo pensato una formula che ci consenta sia di formare i consumatori che si rivolgono a noi con tecniche differenziate a seconda del loro livello, sia di indagare e raccogliere i loro gusti, preferenze e inclinazioni con uno studio attento e sistematico dei feedback alla didattica". Dopo una fase di illustrazione dei contenuti gli studenti saranno infatti guidati nei tasting dei campioni e dovranno compilare dei questionari di valutazione che consentiranno la raccolta e l'analisi dei dati".

Protagonisti nelle classi sperimentali, rivolte a wine lover principianti e esperti (livello 1 e 2) e a professionisti (livello 3), saranno soprattutto i **vitigni autoctoni** (54 quelli già inseriti nel programma), espressione della tipicità delle produzioni **dei nostri territori** che nel mercato cinese ancora faticano molto a farsi conoscere. Non mancheranno tuttavia le proposte sperimentali, che saranno confrontate con i vini classici aziendali o di denominazione. **Le prime classi** del progetto sono previste per **febbraio 2018** e si terranno a **Shanghai**. L'obiettivo è quello di allargare l'iniziativa a quindici città, tra cui Pechino, Chengdu, Dalian, Guangzhou e Tianjin.