No wine education? No market!

scritto da Fabio Piccoli | 12 Novembre 2016



Molto interessante e riuscita l'"esportazione" del format wine2wine (forum sul Wine Business organizzato da Vinitaly International) all'Hong Kong International Wine & Spirits Fair, che ha consentito di approfondire tematiche importanti per capire meglio un mercato complesso come quello cinese.
Stamattina alle 9 aula piena (ma purtroppo con solo 6 produttori, un sintomo costante della difficoltà del nostro sistema produttivo dell'investire in formazione ed informazione) e un tema decisamente strategico per un mercato tuttoggi emergente come quello cinese, è cioè il ruolo della "wine education". L'avevamo già scritto ieri, il livello di conoscenza sul vino italiano, anche nell'hub culturalmente più evoluto in Asia come quello di Hong Kong, continua ad essere decisamente basso. E questo complica maledettamente le cose al vino italiano "che è il paese vitivinicolo più complicato al mondo", come sottolineato da Robert Joseph, a nostro parere il giornalista economico, esperto di marketing vitienologico, più acuto al mondo.
"Tu leggi un'etichetta di un vino italiano " ha detto Joseph " e non riesci a capire dove viene prodotto, al sud o al nord, con quale vitigno…".
Può un sistema vitivinicolo così variegato, complesso,

articolato, con una classificazione che purtroppo non aiuta certo a comunicare al meglio la nostra autentica identità, non investire in “educazione”?
A questa domanda hanno risposto autorevoli rappresentanti del cosiddetto sistema della “wine education” a partire da Ian Harris, responsabile mondiale dei corsi Wset (oggi considerati i più autorevoli a livello mondiale) che ha evidenziato come “negli ultimi 7 anni gli studenti ai nostri corsi Wset in Cina sono cresciuti in maniera vertiginosa raggiungendo quest’anno le 9.000 unità”. “Una crescita ” ha aggiunto Harris ” che guarda caso coincide perfettamente con il trend evolutivo dei consumatori in Cina”.
“Education is the single most important driver of growth in any wine and spirit market”, “l’educazione è il fattore più importante per guidare la crescita in ogni mercato del vino e degli spirits”, ha concluso Harris.
Gli ha fatto eco Jean-Charles Viens, uno dei più autorevoli wine educator in Asia, creatore e conduttore, tra l’altro della popolare serie di workshop “How to Taste Like A Pro”.
“Dispiace rilevare ” ha evidenziato Viens ” che in questa sala vi siano solo 6 produttori. Continuiamo a dire che serve educazione al trade e ai consumatori, ma i primi che ne devono essere seriamente consapevoli sono i produttori”. “Invece continuo ad essere invitato ” ha proseguito Viens – a costosi lunch o press dinner, di cui alla fine nessuno degli invitati scrive e vedo investimenti minimi sul campo della formazione”.
“Molti produttori pensano, sbagliando ” ha sottolineato a questo proposito, Yang Lu, il sommelier oggi più autorevole in Cina, wine director della catena di alberghi e resort di Shangri La (oltre 100) ” che le società che si occupano di wine education abbiano meno influenza sul mercato finale. Falso, i database di queste società sono molto più ampi e aggiornati di quelle che fanno pubbliche relazioni”.
Alla fine tutti se ne vanno e solo i 6 fortunati produttori vanno da Yang Lu portandosi a casa, presentandosi, il prezioso biglietto da visita.
Agli altri l’auspicio che nel frattempo si mediti sul fatto

che formare e formarsi è un esercizio che alla fine costa meno di un pranzo con i “soliti” media e può rendere molto di più.