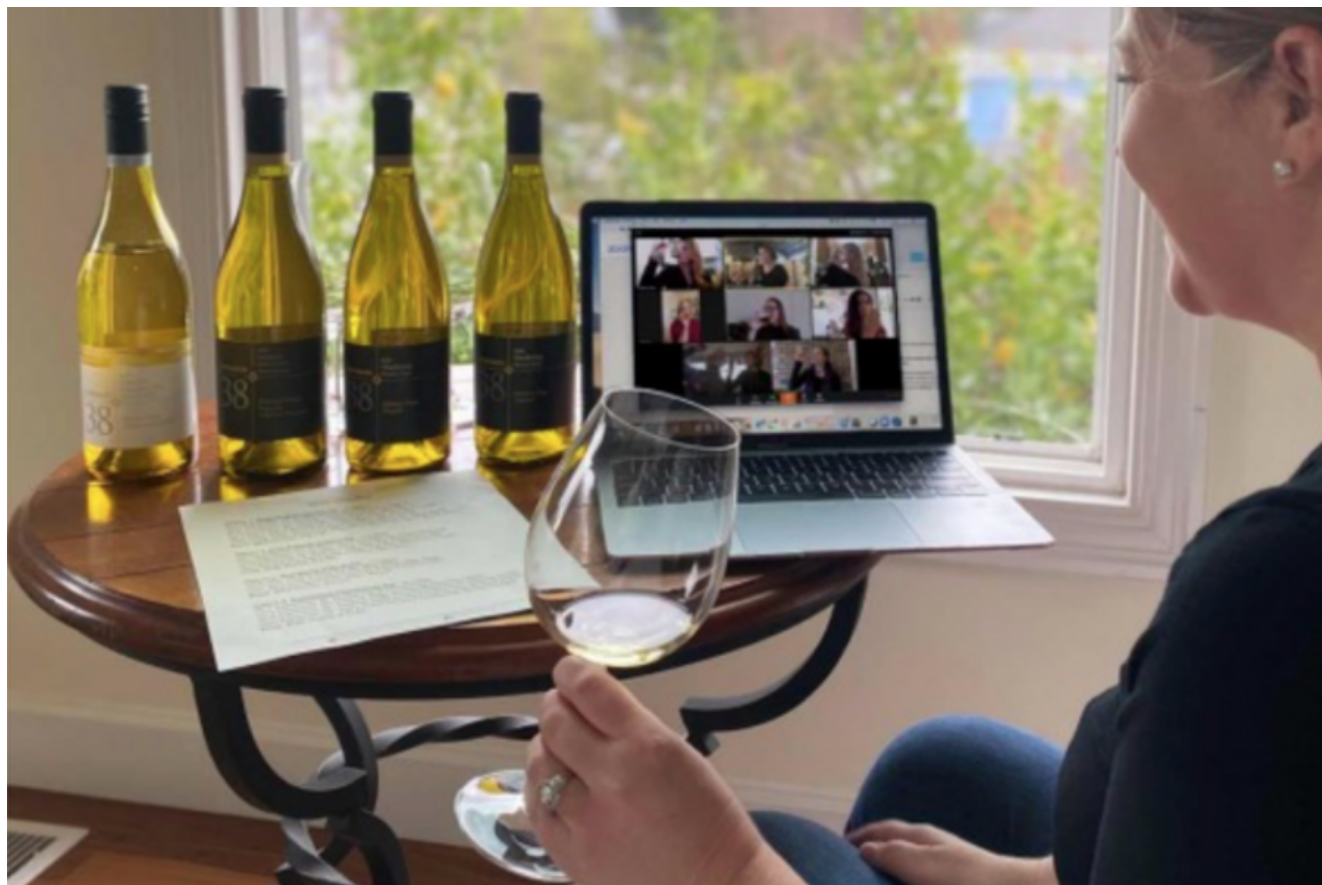


Viaggiare e degustare restando a casa: è possibile!

scritto da Redazione Wine Meridian | 2 Novembre 2021



Durante la pandemia, nel mondo del vino si è verificato un **notevole incremento dello sviluppo dei mezzi digitali**. Tra questi troviamo i **virtual tasting**, la trasposizione online delle degustazioni in presenza nelle aziende vitivinicole.

Nel corso di una conferenza tenutasi a wine2wine di Veronafiere, **Marc Millon, Italian Wine Ambassador, scrittore ed esperto di enogastronomia e viaggi**, ha esposto la sua visione circa questo argomento.

“Il vino ci ha permesso di viaggiare verso posti bellissimi in tempo di pandemia”. Esordisce così Marc nel suo seminario, ovviamente riferendosi a dei viaggi virtuali, e non fisici.

Dall’Inghilterra, Paese dove risiede attualmente, racconta che **ha avuto la possibilità visitare posti in cui non era mai**

riuscito ad andare prima della pandemia, come ad esempio la zona del Prosecco Superiore, la Georgia e la Rioja. Sebbene queste esperienze non fossero reali, sostiene che sono state organizzate così bene da essersi sentito coinvolto come se si trovasse veramente in quei luoghi.

Successivamente **ha elencato i pro e i contro dei virtual tasting**. Per quanto riguarda i punti favorevoli:

- Offrono la possibilità di mantenere le relazioni con i colleghi del settore;
- Non è necessario percorrere lunghi spostamenti solo per fare una degustazione;
- I produttori possono rimanere a stretto contatto con i clienti.

In seguito, è stata fatta luce sugli **aspetti negativi di queste pratiche**:

- Viene meno l'incontro faccia a faccia. Il vino è l'essenza della **convivialità** e non si può ricreare una situazione conviviale con uno schermo a dividere le persone, anche qualora il virtual tasting sia organizzato egregiamente;
- Talvolta sono riscontrati dei **problemi nella qualità dei campioni di vino** ricevuti dai partecipanti, dettati dalla cattiva conservazione durante la spedizione e dal fatto che il prodotto sia posto in contenitori di piccole dimensioni che favoriscono il contatto con l'ossigeno, con pessime conseguenze sulla qualità organolettica;
- Non è difficile verificare dei problemi tecnici legati all'utilizzo del PC, come una **pessima stabilità della connessione internet** o una cattiva qualità dell'audio;
- Spesso **le degustazioni online sono organizzate in modo improvvisato**, caratterizzandosi quindi con contenuti poco professionali e con una scarsa attenzione per i dettagli.

Un'azienda vitivinicola italiana che durante la pandemia si è data molto da fare in questo ambito è stata **"Marchesi di Barolo"**. Nel corso della conferenza è perciò intervenuta **Valentina Abbona, Export e Marketing Manager dell'impresa.**

Ha raccontato brevemente le soluzioni adottate dall'azienda piemontese: **webinar, virtual tasting, iniziative in collaborazione con Quaravino, sono alcune delle attività proposte.**

Valentina ha notato di essere riuscita ad avere un contatto molto ravvicinato con i propri clienti, esprimendo la propria volontà di continuare a mantenere questi impegni anche quando il Covid sarà solo un ricordo.

Ai vari punti di forza raccontati precedentemente da Marc, viene aggiunto dalla manager che **il format online ha permesso di rendere ancora più formativa l'esperienza rispetto ad un classico tasting in cantina:** ad esempio, nella loro azienda non sono previste le visite ai vigneti, ma durante queste videoconferenze è facile mostrare delle immagini degli stessi e dei suoli che ne caratterizzano il terroir, rendendo più completa la comprensione del prodotto ai consumatori.

A seguire interviene un'altra ospite d'eccezione, **Michèle Shah, consulente di marketing e giornalista del settore vinicolo.** È stata coinvolta da Marc Millon poiché, durante il lockdown, ha partecipato ad una virtual press trip da lei organizzata a Conegliano Valdobbiadene, per scoprire il Prosecco Superiore DOCG.

Michèle da anni promuove eventi B2B sotto il suo **brand "SpeedTasting" in collaborazione con Wine Meridian ed anche per conto di altre imprese.**

Alla luce della sua pluriennale esperienza nel mondo degli eventi fisici ed alla sua pronta riconversione all'online per cause di forza maggiore, ha dato un **quadro molto chiaro delle differenze tra questi due mondi.**

"La transizione al digitale è stata un'opportunità", dice Michèle. Ci tiene però a sottolineare che le **due tipologie di**

eventi non sono omologhe, ma si completano a vicenda.

Evidenzia come, al contrario di quanto si possa pensare, dietro ad ogni evento online ci sia un **lunghissimo iter organizzativo**, se vogliono essere fatti bene. Tuttavia, spesso vengono improvvisati e ciò ha dato vita ad una nomea non molto positiva.

Per far capire meglio, utilizza l'esempio pratico delle attività del suo brand "SpeedTasting", con cui **organizza degli incontri tra produttori ed importatori**. Prima del giorno dell'evento, racconta, deve innanzitutto investire molto tempo nella selezione delle persone, per accertarsi che siano veramente adatte a questa tipologia di meeting, soprattutto se hanno appena iniziato a collaborare: in questo caso deve **intervistarli approfonditamente per capirne la serietà e la puntualità**, al fine di evitare lo spiacevole inconveniente dell'assenza o del ritardo. Poi si deve assicurare che i campioni dei prodotti che dovranno essere assaggiati dagli importatori arrivino a destinazione prima della riunione finale. In seguito **fa dei briefing in cui spiega dettagliatamente ai futuri partecipanti come si svolgerà l'evento ed il modo in cui si dovranno presentare**.

Michèle Shah termina il suo intervento valutando l'efficacia delle attività virtuali, utili per fare network con delle persone che risiedono in luoghi molto lontani. Dopo il primo contatto è probabile che ci sia un seguito alla relazione, con degli incontri di persona che avvengono però quando c'è già una certa sicurezza che il rapporto di lavoro si stabilirà, senza il rischio di percorrere lunghe tratte a vuoto.

La conferenza viene conclusa da Marc Millon, che ci fornisce la parola d'ordine da tenere ben presente qualora si voglia costruire un virtual tasting: "enjoyable". **Il vino è piacere e gioia, conseguentemente dobbiamo ritrovare queste caratteristiche in tutte le esperienze che lo riguardano.**