

Wine2wine 2019: vanno in scena responsabilità sociale e sostenibilità

scritto da Noemi Mengo | 26 Novembre 2019



Wine2wine ha aperto le proprie porte a tutti i membri della wine industry e lo ha fatto con grande impegno e serietà. Ieri, **25 novembre**, l'edizione 2019 del forum sul business del vino è andata in scena, portando sul palco un tema che, sempre di più, sta a cuore a tutti i membri del comparto: gestire la propria attività tenendo in considerazione la sostenibilità, non solo in termini ambientali, ma anche dal punto di vista sociale, dove risorse umane e aziende devono poter convivere al meglio.

Non poteva che essere più in linea con i temi che stanno letteralmente riscaldando i settori merceologici internazionali, e a sostenerlo è anche **Yannick Benjamin**, cofondatore di "Wine on wheels" e "Wheeling forward", Head Sommelier al "The University Club" e proprietario del

ristorante “Contento” di New York, ha coinvolto emotivamente i presenti e ha avuto la forza di differenziarsi da ciò che siamo soliti ascoltare a business forum di questo tipo. Una sferzata di aria nuova che, a parer nostro, ha fatto bene a tutti. La sua è la storia di chi ha subito una grave avversità, nel 2003, all’apice della sua carriera nel settore, un incidente automobilistico lo ha infatti reso disabile dalla vita in giù, ma che ha saputo far fronte alla tragedia, trovando una forza positiva che può essere d’ispirazione per tutti.

A dirla tutta però, **i temi toccati durante questa prima giornata sono stati parecchi**, fra cui sicuramente il tema dei mercati internazionali, dell’export italiano con gli ultimi dati aggiornati e tutto ciò che ruota attorno alla digital innovation, ormai parte integrante di gran parte delle operazioni nel mondo del vino.

Di seguito andiamo ad evidenziare i punti salienti di questa prima giornata, mentre nei prossimi giorni approfondiremo con articoli dedicati ogni tematica trattata durante questi entusiasmanti due giorni.

Mercati ed export

Fra gli interventi, le parole di **Denis Pantini**, dell’[Osservatorio Vinitaly Nomisma Wine Monitor](#), si sono udite forti e chiare: L’export del vino italiano si prepara a festeggiare a fine anno il traguardo di dieci record storici consecutivi, con un controvalore di 6,36 miliardi di euro e una crescita del 2,9% sul 2018. Un quadro che consolida il vino del Belpaese al secondo posto tra le superpotenze enologiche mondiali ma che lo allontana da una Francia sempre più leader, grazie a un balzo commerciale fissato a +7,8%, consentendole così di superare per la prima volta la soglia dei 10 miliardi di euro di export.

Altre due relazioni durante la giornata hanno colpito la nostra attenzione per la particolarità del loro argomento e per la visione delle due Master of Wine che li hanno presentati: protagonisti due mercati emergenti per il vino,

l'India e Singapore.

Sonal Holland, la prima ed unica Master of Wine indiana, wine educator e consulente ed autrice della recente analisi realizzata per Wine Intelligence sul mercato indiano, ci ha trasportati nel mondo dei sapori e dei profumi indiani con grande energia e determinazione, spiegandoci perché l'India può a tutti gli effetti essere considerato un Paese nuovo emergente. "Negli ultimi decenni il vino sta diventando molto popolare in India, si stanno moltiplicando i consumatori che lo consumano scegliendo di acquistarlo sia nel canale on trade che off trade. Consumatori come donne e Millennials stanno trainando la nuova tendenza, costituendo un segmento molto vasto che sta abbracciando il vino piuttosto che le altre bevande alcoliche, come il whisky molto popolare nel nostro Paese. Inoltre il vino è diventato un simbolo di lifestyle veicolato tramite i media o i film" ha spiegato la Holland.

Anne Scarfe, Master of Wine inglese residente a Singapore da ormai più di vent'anni, ci ha fatto immergere invece nelle dinamiche di consumo e nei trend del Paese asiatico: un mercato molto competitivo, dove sono presenti numerosi importatori, molti dei quali però non possiedono conoscenze elevate di vino. Dunque nella scelta di approccio a questo mercato sono essenziali determinati accorgimenti: "Consiglierei ai produttori italiani di cercare in primo luogo un buon importatore nel mercato, che abbia i giusti contatti nei luoghi strategici per il consumo del vino" ha spiegato la Master of Wine. "In secondo luogo, consiglio di scegliere accuratamente i vini da introdurre e di privilegiare i vini premium, poiché le accise sono molto alte a Singapore e dunque è importante portare vini di qualità, che valgano la spesa. Infine scegliete di partecipare ed eventi o cene con altri produttori o con il vostro importatore per promuovere nel modo migliore come il vostro vino si possa adattare alla cucina locale. L'educazione, infine, è fondamentale per questo mercato, tanti consumatori si stanno approcciando alla conoscenza delle varietà di vino e noi dobbiamo essere pronti a dare loro quello che chiedono".

Anche quest'anno fra i temi più interessanti troviamo quelli legati alla sfera dell'**attrazione dei consumatori** e alla **digital innovation**.

Vi segnaliamo uno speech molto accattivante, l'intervento di **André Ribeirinho**, consulente di digital marketing, imprenditore dei settori Wine e Travel e CEO di Adegga, che ha messo i presenti di fronte ad alcune imprescindibili necessità. Oggi non si vende più il prodotto come prima, o meglio, lo si vende attraverso un'esperienza. In un mondo che ci impone di utilizzare sempre più mezzi tecnologici per accorciare le distanze e risolvere le più immaginabili funzioni, ciò che il consumatore cerca è la classica, intramontabile esperienza personale, che, laddove non sia possibile effettuare di persona, viene resa attraverso nuove tecnologie, come la realtà aumentata, un grande aiuto ai produttori di oggi e di domani. Un simpatico paradosso che non ci deve scoraggiare: da questa prima giornata i possibili sviluppi per la nostra amata wine industry sembrano sempre più stimolanti.

Come vorremmo una palla di cristallo, chissà tra una decina di anni come saremo cambiati, o meglio, evoluti!