

IN PILLOLE

NON TUTTI SANNO CHE...

Riflettori accesi sul mondo del vino e i suoi protagonisti. Flash news e curiosità

Isabella Collalto NUOVA PRESIDENTE DELL'ASSOCIAZIONE PER LE VILLE VENETE



Isabella di Collalto è la nuova presidente dell'Associazione per le Ville Venete, il sodalizio nato nel 1979 che riunisce i proprietari delle antiche dimore veneziane del Veneto e del Friuli Venezia Giulia (le Ville sono oltre quattromila) e opera come sindacato, rapportandosi alle istituzioni e promuovendo il turismo culturale. Isabella di Collalto è stata eletta all'unanimità dal nuovo Consiglio il 29 novembre scorso.

Imprenditrice agricola, Donna del Vino, gestisce il Castello di San Salvatore a Susegana. Dal 2000 è titolare dell'Azienda agricola Conte Collalto di Susegana e relativa cantina; dal 2018 è membro della Commissione Promozione Consorzio tutela del vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco; dal 2019 è consigliere di Confagricoltura Treviso, secondo mandato, quale presidente del Sindacato Proprietari conduttori in economia, ed è consigliere di Assindustria Veneto Centro. "È un incarico impegnativo a cui mi accingo con passione e senso di responsabilità - ha detto la neo presidente -. Lavoreremo in squadra: tutti i componenti il Consiglio, essendo persone molto preparate nel loro campo e ottimi conduttori delle ville di cui sono proprietari o gestori, assumeranno deleghe specifiche: fiscalità, didattica, eccellenze agroalimentari provenienti dalle Ville, eventi, turismo e molto altro. Lavoreremo perché le Ville Venete siano sempre più riconosciute come una risorsa non solo culturale, ma anche economica per il nostro Paese, collaborando con le istituzioni e tutti gli stakeholder del territorio". Il Consiglio, oltre a Isabella di Collalto, è formato anche da Cristiana Cirielli che, dopo 6 anni di carica come Delegata del Friuli Venezia Giulia per le Donne del Vino, da oltre un anno è Consigliera dell'Associazione.

Jenny Viant Gomez SPUMANTITALIA 2020, FESTIVAL NAZIONALE A PESCARA



Il Festival nazionale in programma a Pescara dal 24 al 26 gennaio scorso, si è confermato come il più importante appuntamento annuale dedicato agli spumanti made in Italy. Di questo se ne sono accorti ben 8 consorzi italiani:

Vini d'Abruzzo, Prosecco Doc, Garda Doc, Asti e D'Acqui Doc, Lambrusco Doc, Vini del Sannio, Durello Monte Lessini, che si sono ritrovati a Pescara per discutere sui temi che interessano il settore spumantistico italiano. Spumantitalia insieme a Bubble's magazine, in collaborazione con il Consorzio di tutela dei Vini d'Abruzzo, con la partnership del Comune di Pescara, della Andrea Zanfi Editore, dell'Ovse, di Aliante Business Solution, Assoenologi, Città del vino, Movimento del turismo del vino e alle Donne del Vino hanno dato vita a una kermesse unica, raccolta all'Hotel Esplanade di Pescara. Un ricco programma di talk show e iniziative tra i quali "Viticoltura 4.0", dedicato al cambiamento dell'agricoltura in relazione ai mutamenti del clima, ai mercati e ai consumatori, chiedendosi se la scienza e la tecnologia giocheranno un ruolo fondamentale in questa trasformazione. Tante degustazioni e la cena di gala, che ha avuto come madrine Le Donne del Vino d'Abruzzo, capitanate dalla delegata Jenny Viant Gomez.



REPORT "US PREMIUM WINE DRINKERS 2019". DONNE E VINI DI LUSO

Wine intelligence ha evidenziato come le donne siano in crescita fra i consumatori anche nel segmento dei vini premium, cioè sopra i **15€** a bottiglia. Gli uomini consumano il **64%** dei vini premium in Usa.

Per trasformare questa tendenza in business bisogna che produttori e rivenditori ci credano e coltivino il segmento rosa con lo stesso impegno dedicato al mercato cinese e ai giovani, perché le opportunità di crescita sono simili. In Usa, Canada, Regno Unito, Giappone, Cina e Australia le donne comprano bottiglie meno care degli uomini. Solo il **35%** spende più di **20 dollari** mentre per i maschi questa quota sale fino alla metà di chi consuma abitualmente vino. Il report "US Premium Wine Drinkers 2019", ci dice che il **64%** dei vini sopra i **15\$** a bottiglia viene acquistato dal sesso forte. Su **22 milioni** di consumatori Usa di premium wines solo **8** sono donne. Le donne hanno

redditi più bassi, come ben evidenziato dal gender gap, ma anche meno fiducia nelle proprie scelte per cui sono caute, anche nella spesa. C'è poi la componente dell'abitudine per cui sommelier e maitre consegnano ai clienti maschi la lista dei vini al ristorante.

Il consiglio di Wine Intelligence è di investire tempo e risorse per creare vini e comunicazione adatti alle donne. Una strategia che potrebbe portare a un incremento dei consumi partendo da azioni come la creazione di carte dei vini destinate alle wine lovers donne e alle loro esigenze. Le donne fanno attenzione alla linea nella scelta del cibo e quindi del vino. Amano sperimentare e sono consumatrici infedeli... tenerne conto potrebbe essere un primo passo. Persino il vino del Sud Africa guarda alle consumatrici donne. Le maggiori cantine sudafricane guardano alle consumatrici alla moda, trendy, disinvolve. L'apripista è stata Distell con rosati facili e dolci naturali a un costo accessibile. Poi è arrivato Bernini blush, bevanda frizzante simile a uno spumante rosa. Per l'wsr, il maggior database sul mercato mondiale degli alcolici, in altri Stati dell'Africa Orientale, come Zimbabwe, Tanzania, Namibia, Kenia, Uganda e Mozambico le donne stanno guardando al vino con maggior interesse. Ne è la prova l'incremento dei prezzi degli alcolici in tutti questi mercati, una situazione che crea opportunità di crescita e di investimento per le imprese non solo vinicole.

Social Media Wine



Strategie, strumenti e best practice per comunicare il vino online

Barbara Sgarzi SOCIAL MEDIA WINE

La comunicazione digitale del vino è sempre più importante. Produttori, wine writer, critici e sommelier anche in Italia stanno iniziando a utilizzare vari e diversi strumenti di promozione, dialogo e confronto per raggiungere nuove fasce di pubblico. Ma anche per fare divulgazione, in un Paese in cui, secondo i dati Nomisma presentati allo scorso Vinitaly, circa 1/4 degli italiani che beve vino abitualmente non sa cos'ha nel bicchiere. Social Media Wine offre a chiunque voglia approfondire la conoscenza degli strumenti digitali per parlare di vino tutte le informazioni necessarie. Vengono esaminati e spiegati con chiarezza tutti i canali più noti (Instagram, Facebook, Twitter, YouTube) sia dal punto di vista dell'uso pratico che della costruzione di contenuti di valore, con un linguaggio semplice e numerosi esempi. In aggiunta, si parla di altri strumenti gratuiti per intercettare le tendenze delle conversazioni in rete, scattare e arricchire foto a 360°, creare un piano editoriale originale e coerente e saper affrontare le crisi di comunicazione online. La seconda parte è dedicata ad approfondite interviste con 16 protagonisti del mondo del vino in Italia e all'estero che raccontano la loro esperienza di comunicatori sui social media. La prefazione è a cura di Marcello Masi, ex direttore Tg2 e pioniere del giornalismo enogastronomico in Tv.

Barbara Sgarzi è giornalista, docente di social media all'Università Sissa di Trieste e consulente e formatrice per numerose grandi aziende sulla comunicazione digitale. È stata Fellow Media Trainer per Google News Initiative. Sommelier e Donna del Vino, collabora con il team di comunicazione digitale di Vinitaly e alla gestione dei social media per Associazione Italiana Sommelier Lombardia e scrive di vino per Donna Moderna. Il Sole 24 Ore - How To Spend It, Viniplus Lombardia e il sito di Ais Milano.

VINO E MUSICA IN RICORDO DI CLAUDIA CULOT

Lunedì 13 gennaio all'enoteca di Cormons si è svolta una serata all'insegna del ricordo di Claudia Culot, l'amica Donna del Vino e delegata regionale Onav, scomparsa prematuramente il 13 agosto dello scorso anno, lasciando un vuoto incolmabile in tutte le persone che l'avevano conosciuta e apprezzata, oltre che per il suo impegno professionale anche per le doti umane, sempre presente nei momenti importanti della nostra delegazione: la sua ironia, il sorriso contagioso, la generosità erano nutrimento per tutte noi. Claudia amava il vino ma era anche appassionata di musica e il ballo era la sua linfa. Le fautrici: Liliana Savioli, sommelier, vice-delegata delle Donne del Vino Fvg, e l'enologa Sara Martellos. In sala pubblico numeroso, presenti la delegata regionale delle Donne del Vino, Maria Cristina Cigolotti; per Onav, Marco de Savorgnan e il direttore nazionale, Francesco Iacono; per Assoenologi, Rodolfo Rizzi, Loris Basso del Ducato dei Vini Friulani; molti i

produttori presenti, anche il figlio Matteo, orgoglio di mamma Claudia, non ha voluto mancare. Liliana e Sara hanno guidato gli ospiti nella degustazione giocando nell'abbinamento dei vini ai brani musicali, un filo conduttore che lega l'olfatto e il gusto all'udito e alla vista. Tra gli abbinamenti la Ribolla Gialla con il Valzer dei Fiori di Tchaikovsky, il Pinot Bianco con Moon River 2Cellos, il Lacrima di Morro d'Alba Superiore con Bruce Springsteen, Thunder Road. I vini sono stati donati e il ricavato della serata è andato a un'associazione a cui Claudia era legata: Il Mosaico, un consorzio di cooperative che opera nel sociale. "Cara Claudia il mondo del vino ci ha fatto incontrare, viste piaciute, la tua improvvisa scomparsa ci ha lasciato inerti, troppo giovane e con tanti progetti, mi manchi, ci manchi, proteggici da lassù, ti voglio bene, ti vogliamo bene"

Patrizia Pittia

Da sinistra: Elisabetta Foffani, Maria Cristina Cigolotti, Eida Felluga, Liliana Savioli, Patrizia Pittia



IL CORRIERE VINICOLO