

IL MANIFESTO DELLA WINE GENERATION



dai 4 tavoli del Forum che hanno coinvolto 120 professionisti in rappresentanza di

COESIONE: INSIEME SI VINCE

Questo è il valore principale emerso da tutti i tavoli del forum che hanno coinvolto tutte le figure professionali che fanno parte del mondo del vino. Produttori, tecnici, comunicatori, addetti al commercio e alla distribuzione, somministratori e innovatori devono trovare un'unità di intenti per vincere le sfide e proiettare il nostro settore nel futuro.

TAVOLO POLITICO NORMATIVO:

DENOMINAZIONI: il sistema delle DO appare oggi complesso e poco chiaro. Da qui la richiesta di un processo di revisione della normativa, teso a ridurre il numero ed efficientare le denominazioni.

CONSORZI: dovrebbero sempre più tendere alla promozione del prodotto senza tralasciare la tutela; ci sia coesione tra i consorziati e si cerchino sinergie tra più consorzi.

COMUNICAZIONE: emerge la necessità di individuare un ente nazionale che comunichi in maniera più efficace all'estero il vino italiano e il sistema piramidale delle DO.

TAVOLO SOSTENIBILITÀ:

FORMAZIONE: i tecnici che fanno assistenza vinicola devono essere formati sui temi della sostenibilità: si istituiscano vere e proprie scuole e delle certificazioni su questi temi. I valori di sostenibilità e l'importanza di una sana alimentazione devono essere trasmessi ai bambini fin dalle scuole elementari.

TRASPORTI E PACKAGING: è necessario comunicare meglio l'importanza di un confezionamento sostenibile dei prodotti.

TUTELA DEL SUOLO: la tutela del suolo deve essere promossa al pari di quelle delle acque e dell'aria.

TAVOLO COMMERCIO:

DIGITALE: sfruttare al meglio l'opportunità degli importanti player italiani dell'e-commerce: all'interno delle piattaforme si rafforzi il lavoro con le denominazioni per consentire maggiore spazio alle piccole imprese vitivinicole.

HORECA: è necessario investire sulla formazione del personale di sala anche nella prospettiva di una possibile integrazione di canali di vendita tradizionali e digitali.

ACCISE: emerge la necessità di rivedere in ambito europeo la norma sulle franchigie, uniformando l'e-commerce al commercio tradizionale.

TAVOLO COMUNICAZIONE:

LINGUAGGIO: i nuovi media offrono grandi possibilità ma attenzione, da un lato, all'eccesso di tecnicismo e, dall'altro, a un eccesso di superficialità

FIGURE PROFESSIONALI: ci si affidi a professionisti specializzati nei diversi mezzi di comunicazione; le professionalità non devono essere confuse, perché ognuna ha strumenti, obiettivi e destinatari diversi.

TRASVERSALITÀ DEL VINO: l'opportunità di legare il vino al territorio, alla cultura, alla moda, a tutte le eccellenze del made in Italy offre infinite possibilità per una valorizzazione della comunicazione del settore anche nell'ottica di una fidelizzazione del consumatore.