

L'evento Wine&Siena lancia la città di Siena come "capitale italiana del vino". Grandi anche le sfide e le opportunità per le aziende, tra cambiamenti climatici e internazionalizzazione.

Due convegni nati dalla collaborazione tra l'organizzazione di Wine&Siena, l'Università degli Studi di Siena e la Fondazione Itinera di Confcommercio mettono in luce l'importanza di puntare sulla qualità e la formazione per affrontare al meglio le sfide poste dai cambiamenti climatici e quelle legate alla conquista di nuovi mercati, in particolare quelli asiatici.

Siena, 1 febbraio 2019 – E' stato lo stesso [WineHunter Helmuth Köcher](#) a proporre **Siena come "capitale italiana del vino"** durante la manifestazione del 26 e 27 gennaio. La città toscana dell'Enoteca Nazioanle, storica eccellenza cittadina nata nel 1933, e l'evento **Wine&Siena – Capolavori del Gusto** si propongono come motore trainante di opportunità per tutto il Paese. *"Bisogna imparare a fare squadra",* afferma il patron di Merano WineFestival, *"e far conoscere prodotti di alta qualità associandoli alla formazione, soprattutto tenendo conto dei gusti già esistenti di un pubblico come quello asiatico e del contesto climatico in mutazione. È questa la sfida da cogliere per rappresentare l'Italia nel mondo".*

Durante i convegni **"Cambiamenti climatici e sostenibilità: nuove sfide per le imprese vitivinicole e le istituzioni"** e **"Nuovi orizzonti del vino italiano fra mercati asiatici rivoluzione digitale e biologico"** vari gli aspetti trattati e interessanti le proposte emerse per rispondere alle sfide crescenti che le aziende del mondo vitivinicolo hanno davanti a sé. A mettere d'accordo istituzioni, mondo accademico e aziende è la **necessità di collaborare e fare rete**. E in questo, l'evento Wine&Siena rappresenta un esempio da seguire come hanno ricordato sia la Vice Presidente della Giunta Regionale Toscana **Monica Barni** sia il Rettore dell'Università di Siena **Francesco Frati**. Fondamentale diventa anche portare le proprie eccellenze all'estero, come affermato dalla Vice Presidente Nazionale di Confcommercio **Donatella Prampolini**. I prodotti enogastronomici italiani infatti sono molto amati e ricercati dagli stranieri, ma è un errore pensare solo al consumo all'interno dei propri confini, **bisogna creare reti d'impresa per valorizzare le proprie eccellenze all'estero** prima che sia qualcun altro a farlo, probabilmente a scapito della qualità del prodotto. Per riuscire a crearsi uno spazio commerciale nei paesi stranieri, le aziende vitivinicole italiane, che mediamente sono di piccole dimensioni e a struttura familiare, devono **investire nelle nuove generazioni e nella loro formazione**, anche con esperienze all'estero, come ricordato sia da **Lorenzo Zanni** che da **Massimo Nepi** dell'Università di Siena. E in questo senso ecco che il mondo accademico ben è in grado di affiancarsi e sostenere le aziende con la propria offerta formativa. Nasce infatti dal confronto e l'interazione fra le due realtà una nuova offerta formativa che ha l'intento di creare nuove lauree triennali sperimentali ad orientamento professionale, il cui primo esempio è il **corso di laurea in "Agribusiness"** proposto proprio dall'ateneo senese. Diventa inoltre fondamentale **portare avanti un'azione di formazione sul gusto del vino italiano** e non commettere errori di comunicazione per aprirsi a nuovi mercati soprattutto per quanto riguarda i paesi asiatici, che si basano su codici comunicativi spesso diversi dai nostri. Questo il messaggio di **Brunella Saccone** dell'ufficio agroalimentare e vini dell'Agenzia ICE, che aiuta a promuovere e internazionalizzare le aziende italiane nel mondo e ad oggi sostiene 180 aziende del settore. La Cina e i paesi asiatici in genere sono infatti mercati complessi e non per tutti, la competizione è dura, ma ci sono sicuramente margini di miglioramento, perché il vino italiano al momento è ancora relegato ad una nicchia di consumatori, come osservato da **Alessandro Regoli**, direttore della testata Wine News e reduce da una recente esperienza a Shanghai. Altro aspetto fondamentale per emergere nel mercato è **accettare la sfida digitale e coglierne le opportunità**, aprendosi alle potenzialità della vendita online, come ricordato da Stefano Di Piazza di Vinora. Infine vanno tenuti presenti i gusti del mercato orientale, attualmente fortemente influenzato dal vino bordolese, ed è necessario imparare a creare abbinamenti con la cucina asiatica, ricordando che in Asia "il vino è donna", come precisato da **Donatella Cinelli Colombini**, esperta di marketing enoturistico e Presidente delle Donne del Vino, che ha spiegato come influencer, top sommelier e top buyer asiatiche siano donne. Infine, parlando di gusto e cambiamento climatico ecco che con l'innalzamento della temperatura le uve sono sempre più precoci e meno acide e la gradazione alcolica del vino aumenta. Ecco quindi che diventa fondamentale mettere in atto **nuove strategie**, modificando i **sistemi di coltivazione** e sfruttando il grande patrimonio costituito dai **vitigni autoctoni** del nostro Paese come suggerito dagli esperti presenti alla tavola rotonda organizzata dal WineHunter Helmuth Köcher.

L'evento **Wine&Siena chiude l'edizione 2019 con un tutto esaurito e oltre 3mila accessi** nei diversi palazzi storici in cui si svolge la manifestazione. Alle consuete location di **Palazzo Pubblico**, **Banca Monte dei Paschi di Siena - Rocca Salimbeni** e **Grand Hotel Continental Siena – Starhotels Collezione**, quest'anno si sono aggiunte quella di **Palazzo Squarcialupi** dove si è svolto lo Small Plate Dinner con la partecipazione dei ristoranti senesi e **Palazzo Sansedoni** dove si sono svolte alcune attesissime Masterclasses e Seminari. Una manifestazione i cui numeri aumentano sia come visitatori che come operatori e che cresce sempre più in termini di qualità.

Per maggiori informazioni **Ufficio Stampa Wine&Siena:**

David Taddei - M. +39 335 5131157 - Mail: wineandsiena@alemarweb.it

Susanna Salvadori - M. +39 335 1979771 - Mail: confcommercio.siena@gmail.com; wineandsiena@alemarweb.it