Vino e mercato: in una tavola rotonda il punto di vista di Partesa

vino-3cbe0e06

Vini a distanza di click. E consumatori sempre più esperti, esigenti e attenti a ciò che accade oltre confine. In occasione della Milano Wine Week, **Partesa**, vincitrice della prima edizione del **Wine Retail Award** nella categoria Distribuzione, ha riunito esperti e professionisti del settore in una tavola rotonda - “Il mercato del vino: lo scenario attuale e il futuro della distribuzione nel canale dell'Ho.Re.Ca”, il titolo - per fare il punto su come l’ondata pandemica abbia accelerato o stravolto le tendenze del vino del fuoricasa.

Moderata da Alberto Cauzzi, critico enogastronomico nonché presidente del progetto Passione Gourmet, la round table è stata occasione per tracciare i nuovi profili del settore mettendo a confronto le esperienze e i punti di vista di diversi professionisti. A partire dalle voci della cucina e della cantina di una realtà di alto profilo e dal respiro internazionale: quelle di **Antonio Guida** e **Andrea Loi**, rispettivamente Executive Chef e Head Sommelier di Seta, il ristorante due stelle Michelin del Mandarin Oriental a Milano, che vedono nell’alta qualità, nella solida preparazione e nella capacità di prevedere l’evoluzione dei palati dei loro commensali i pilastri di un successo oltre la crisi. Una visione condivisa anche da due piccoli imprenditori, **Noemi Sala** e **Carlo Maldotti**, che a Milano hanno aperto un’enoteca di ispirazione francese: La sala Bistrot e La sala del vino rappresentano l’esempio concreto di come, nonostante la crisi economica derivata dalla pandemia, a livello locale si possa lavorare con una proposta fatta di qualità elevata e servizio attento. E - come ha ricordato la giornalista e consulente Erika Mantovan - con un occhio sulle nuove tendenze, che stanno rimodellando tanto i ruoli di produttori e ristoratori, quanto quello dei distributori.

Alessandro Rossi, National Category Manager Wine di Partesa, ha poi sottolineato come, oggi più che mai, gli imprenditori del fuoricasa, soprattutto per il comparto vino, debbano affiancare a una profonda conoscenza del prodotto anche solide competenze in ambito manageriale, per essere in grado di compiere scelte strategiche in un mercato che sta evolvendo rapidamente e diventa sempre

più competitivo.

A reggere il comparto, nonostante le **chiusure e le restrizioni** sui locali, è stata infatti la possibilità di presidiare canali importanti come la GDO, le esportazioni e l'online. Con una conseguenza sopra tutte le altre: la forza del brand diventa relativa, a comandare sono lo stile, la geografia, i vitigni. E le storie.

"L'obiettivo di un distributore non può più essere quello di semplice venditore. Per questo, già più di 20 anni fa, abbiamo voluto dare vita al progetto "Partesa per il Vino", con l'obiettivo di diventare un punto di riferimento nel mondo dei vini di qualità, costruendo un valore condiviso sia con i produttori che con gli operatori dell'Ho.Re.Ca. E per farlo abbiamo investito in formazione e arruolato i migliori esperti – i nostri **Wine Specialist** – per costruire una squadra di veri e propri consulenti, che affiancano produttori e distributori aiutandoli a compiere scelte strategiche per le loro attività", ha concluso Rossi ricordando la nascita, esattamente un anno fa in occasione della Milano Wine Week di **Partesa for Wine**, il portale interamente dedicato al mondo del vino.