

Di scena a Fiera Verona la quarta edizione
della due giorni dedicata agli scenari
globali del mercato vinicolo. All'insegna
di business, etica e carta stampata

BENVENUTI

wine2wine

Giunto alla quarta edizione, il wine2wine si svolge come in passato al centro congressi di Veronafiere, lo stesso del Vinitaly: la sua peculiarità è quella di proporsi come un momento di confronto di diverse idee e comunicazioni, aggiornamenti e curiosità su temi di interesse per le cantine, un evento dedicato al business del vino anziché al prodotto (www.wine2wine.net).

VENETO (EVENTI DI SPIRITO)

Tra marketing, export ed editoria

di Alessandra Piubello



Settanta seminari con sessioni snelle da mezz'ora ciascuna,

Wine2wine. Vino-a-vino (in affari, sottinteso), già, ma non suona per niente bene in italiano. Nemmeno rende bene il concetto. È l'inglese, baby. D'altronde, i nostri commerciali del mondo del vino lo sanno bene, no? Per questo nei due giorni di workshop a Verona per aggiornarsi sugli ultimi trend del business, con un format unico, si incontrano i vari player della produzione e distribuzione del vino, per sviluppare tematiche relative all'export, al marketing, alle public relation, chiaramente spiegati da validissimi international expert. Relatori italiani? Una netta minoranza, scelta sull'estrema competenza. D'altronde, è l'estero che interessa, lì si fanno i soldi. Bisogna vendere e vendersi. Hai 30 minuti a disposizione, spesso come unica voce, per spiegare il tema della tua relazione e poi, via, tocca a un altro. Così, in due giorni puoi assistere a 70 seminari, in un'abbuffata bulimica di parole, in una corsa da una sala all'altra, perché, come si dice, «Quando il sole sorge, non importa se sei un leone o una gazzella: l'importante è che cominci a correre». Certo che devi scaricarti l'app wine2wine per registrarti, il badge è sorpassato, qui si fa network. Ideato dalla determinata e agguerritissima Stevie Kim, managing director di Vinitaly International, wine2wine prende vita cinque anni fa e anche in questa edizione va sottolineato come di spunti ce ne siano stati tantissimi. Quanti apparso purtroppo evidente è la scarsa partecipazione dei produttori, soprattutto quelli più piccoli e che avrebbero tratto più beneficio dall'incontro diretto con gli esperti, mentre erano molti i manager, i consulenti, i rappresentanti di organizzazioni professionali, i responsabili vendite.

Il timing di mezz'ora a persona per le relazioni, se da un lato non ha favorito l'approfondimento, dall'altro ha costretto alla concisione. Poi, non sempre il conferenziere sapeva far scoccare la scintilla nell'ascoltatore, essere oratori non è una dote di tutti. E se il seminario di Felicity Carter e Rebecca Hopkins *Come vendere il tuo vino attraverso le parole* ha raccolto una standing ovation per la quantità di nozioni importanti efficacemente trasferite con estrema professionalità a un ritmo incalzante, anche l'editore Franz Botré con *La stampa*



Settantasette incontri, 19 temi di discussione, 99 relatori, 30 minuti a disposizione, 1.500 partecipanti: questi alcuni numeri di wine2wine 2017 che si è svolto il 4 e 5 dicembre scorsi. La principale novità di questa edizione risiede nei nuovi argomenti che hanno contraddistinto i forum, pronti ad analizzare ed esplorare le tematiche attuali e future legate al business del vino.



per relazioni, storie di vite, di vita e di case history editoriali

nel passato, presente e futuro ha saputo abilmente catturare l'attenzione dei molti presenti con la sua storia personale strettamente intrecciata alle vicende dell'editoria nel tempo. Chissà se tu che compri *Spirito diVino*, oltre a leggere i suoi editoriali, sempre molto incisivi, da libero pensatore, che già ti danno l'idea di che uomo sia, ti sei mai domandato quale sia la storia professionale di Franz Botré, l'editore che ha fondato questa rivista 14 anni fa? Certamente, sfogliando queste pagine, notando la cura dei dettagli, la bellezza delle immagini, lo stile dei racconti, hai tratteggiato un profilo di chi tira le fila. Un uomo di estrema eleganza, raffinato nello stile, ricercato nei particolari. Ma partiamo dall'inizio, dai suoi 14 anni, la prima vita, come la definisce lui. componeva e scompondeva caratteri mobili in piombo, con ferrea disciplina, nel reparto produzione. «È così che mi sono innamorato della mia professione», racconta Botré, «partendo dalle origini». Di giorno al lavoro, alla sera gli studi. Un uomo che si è fatto da solo, capendo bene il valore del sacrificio, dunque. Anno dopo anno segue la metamorfosi della pre stampa e della stampa stessa, passando da tipografo a stampatore, da fotolitista a cromista, da impaginatore a grafico. Poi, la seconda vita. Viene assunto come grafico a *Gente Viaggi* e comincia a dimostrare il suo talento, iniziando un percorso di crescita professionale continua, con mansioni e responsabilità crescenti. Erano gli anni 80, la pubblicità invadeva le riviste, sembrava che quel periodo d'oro non finisse mai. Ma Botré intuisce che l'editoria stava nuovamente cambiando, questa volta non più nella tecnologia,

ma nel modo di fare informazione e comunicazione. Si mette in gioco, rischia. Inizia la sua terza vita, come ci narra. Lascia una vita dorata, vende casa al mare e in montagna, fa debiti e fonda la sua casa editrice: Swan Group. E concepisce *Monsieur*, nel 2001, la rivista per l'uomo extravagante, fuori dal coro della moda, eppure al centro delle sue passioni e interessi. Poi la raffinata predisposizione all'enogastronomia di alto livello, lo porta a creare *Spirito diVino* nel 2004, l'uomo al centro della vigna italiana e di quelle del mondo.

Ma Botré guarda oltre, vuole trasferire all'estero il suo pensiero. E così nel 2012 inizia la quarta vita con *Spirito diVino Asia*, editata da Swan Group Asia, fondata insieme a due soci stranieri. Il desiderio è quello di trasferire il saper fare italiano nel mondo. Poi, nel 2015, *Arbiter*: «Tutte le riviste che ho creato sono state concepite con un pensiero editoriale ben preciso, profondo e innovativo. Se prima era l'uomo al centro della vita, poi ho creato il progetto dentro l'uomo, con i suoi sensi, le sue idee, cercando di costruire il Piq, il Prodotto interno qualitativo. Che è quello che ti dà l'emozione, che nasce dalla conoscenza e dalla cultura etica, che determina quella estetica». È così, la materia non ha la forza in sé per darsi forma. Perché ciò accada è necessario che incontri l'anima e quando ciò avviene ne scaturisce la bellezza e il grado della bellezza è la qualità. A wine2wine si è molto parlato di storytelling (ancora un termine in inglese, ovviamente): noi abbiamo scelto una storia, seppur condensata, che è la vita di un uomo di successo in un mondo, quello dell'editoria, che invece sta avendo insuccesso. 🍷

In alto, Franz Botré, editore e direttore di «Spirito diVino» che ha tenuto il seminario «La stampa nel passato, presente e futuro» riportando la sua esperienza ultraquarantennale nell'editoria, tra carta e digitale, nel settore del vino e non solo. Molto apprezzato dal pubblico, il suo intervento è stato l'esempio perfetto di storytelling voluto dal nuovo corso di argomenti wine2wine.