Donne del vino, marketing e corsi per entrare nei Consorzi di tutela

le-donne-del-vino-wine2wine-relatori-f7a7de02

Da Verona, le **Donne del Vino** presentano il **Wine marketing di genere** e i primi **corsi per diventare consigliere dei Consorzi di tutela**. È accaduto da **wine2wine**, il grande appuntamento sul wine business diretto da **Stevie Kim**, la brand manager di **Vinitaly International**.

Le donne dirigono il 28% delle cantine con vigneto e il 12% delle cantine industriali, il 24% delle imprese che commercializzano vino al dettaglio e il 12,5% di quelle all'ingrosso (dati Cribis- Crif) eppure nei posti dove viene decisa la politica del vino, come i **CDA dei Consorzi di tutela**, scendono sotto il 10%.

A wine2wine, la presidente delle Donne del vino **Donatella Cinelli Colombini** ha presentato un progetto formativo diretto, in prima battuta ma in forma non esclusiva, alle 770 Donne del vino. «Un progetto destinato a lasciare il segno in direzione di un nuovo protagonismo rosa nel vino», ha detto la presidente Cinelli Colombini presentando gli elementi del progetto «la professionalizzazione di uno **stile femminile nella comunicazione e nella vendita del vino**, l'aumento delle donne nella classe dirigente del vino e infine, ma non meno importante, le opportunità per le giovani desiderose di lavorare in questo comparto che appare fra in più in salute dell'intera economia italiana».

I corsi, che verranno realizzati a Nord, Centro e Sud Italia, nascono dalla collaborazione fra DDV e **WineMeridian-WinePeople** società veronese specializzate in marketing e didattica. Nel settore della comunicazione mirano a sviluppare una sorta di "Wine Marketing di genere" partendo dall'istintiva predisposizione delle donne allo storytelling e a un'informazione meno tecnica di quella maschile, per trasformarla in un tratto professionale in grado di sviluppare messaggi più identitari, distintivi e soprattutto incisivi.

La conferma arriva anche da **Vincenzo Russo**, professore Università Iulm ed esperto di neuromarketing: «Le donne sono più orientate alle relazioni: hanno uno stile emotivo e coinvolgente

nella comunicazione e sono orientate alla condivisione di esperienze. Gli uomini considerano la comunicazione come terreno di confronto e di prova su cui misurarsi: affrontano il mondo quale individuo all'interno di un ordine sociale gerarchico. Molti uomini prendono le decisioni senza consultarsi. È importante sempre trovare la complementarietà».

Per le future consigliere dei CDA dei Consorzi del vino nascono i **primi corsi preparatori mai realizzati in Italia**. Una lacuna che pesa nella capacità operativa su gran parte della classe dirigente del vino ma che, in questa fase, ha principalmente uno scopo di empowerment cioè mira a stimolare le donne a candidarsi. Questo appare il principale motivo della loro scarsa presenza nei consigli di amministrazione. Avere donne più motivate e operative nei CDA dei consorzi, vero cervello delle denominazioni, dovrebbe suscitare un trascinamento in alto delle carriere femminili nell'intero comparto enologico. Inoltre potrebbe dare un contributo positivo nei settori in cui le cantine italiane sono tradizionalmente deboli mentre le donne sono percentualmente più formate: la comunicazione e il marketing.

Per progettare la formazione, le Donne del vino hanno istituito una speciale **commissione** composta da **Tiziana Mori, Francesca Poggio e Donatella Briosi** a cui va il merito di questo rivoluzionario progetto. Hanno collaborato anche **Massimilla Serego Alighieri**, produttrice imprestata al teatro, e l'attrice Lorenza **Cristanini Mion** che a wine2wine hanno dato una prima dimostrazione "drammaturgica" della comunicazione commerciale.

Completa l'offerta formativa delle DDV il progetto **FUTURA**, una sorta di catalogo on line di opportunità destinate alle giovani sotti i 30 anni che pensano al comparto enologico per i loro futuro lavorativo. «Stage, lezioni, visite didattiche, borse di studio, scambi in cantine, enoteche, agriturismi, ristoranti, società di comunicazione e marketing, redazioni giornalistiche, cioè in tutte le imprese delle Donne del vino», ha spiegato **Antonella Cantarutti**, consigliera nazionale delle Donne del Vino. Il catalogo sarà on line da aprile e, in un primo momento, conterrà le proposte esistenti puntando ad aumentarle coinvolgendo tutte le aziende delle socie in modo da diventare un calendario di opportunità formative in tutti i periodi dell'anno e in tutte le regioni italiane. L'obiettivo è di strutturare le esperienze nel mondo produttivo e nella "formazione scuola lavoro" per arrivare a internazionalizzarle anche coinvolgendo le università. Questo darà alle giovani Donne del vino un più diretto e consapevole ingresso nel mondo del lavoro.