

PierPaolo Penco

BIOGRAFIA

Country Manager per l'Italia di Wine Intelligence, con cui collabora dal 2007, Pierpaolo Penco opera come consulente per il settore vinicolo italiano, oltre che come docente di marketing del vino e del turismo enogastronomico.

Dopo un Master in gestione del turismo, ha deciso di unire le sue conoscenze professionali e la sua personale passione per il vino (partecipa come degustatore a concorsi vinicoli nazionali e internazionali) con la consulenza e la formazione manageriale. Collabora con diversi consorzi vinicoli italiani, associazioni e aziende nei settori della strategia, marketing, comunicazione e PR, sviluppo del prodotto e turismo del vino.

Nel campo dell'alta formazione, è responsabile dei corsi in Wine Business presso MIB Trieste School of Management, una delle principali business school italiane, e docente di marketing del vino per Università, Scuole di Management e altre istituzioni in Italia e in Slovenia. I suoi articoli sul vino italiano sono stati pubblicati su diverse importanti riviste di settore.

Wine Intelligence (www.wineintelligence.com) è stata fondata nel 2002 per supportare l'industria vinicola mondiale nella comprensione dei mercati. L'azienda conduce analisi e progetti di consulenza su operatori e consumatori in tutto il mondo e si è affermata come la principale società di consulenza, branding e strategia di marketing, leader nel mondo per la ricerca nel settore del vino. I nostri clienti attivi, che comprendono alcune delle più grandi aziende vinicole del mondo, sono oggi oltre 100 tra aziende e organizzazioni.

TITOLO SPEECH

Consumatori e mercati dei vini spumanti: quale spazio per le bollicine siciliane.

ABSTRACT

Wine Intelligence, attraverso il suo sondaggio Vinitrac® Sparkling, monitora da anni le attitudini, i comportamenti e le relazioni dei

consumatori di vino spumante dei principali mercati internazionali. Sta infatti emergendo la figura del consumatore regolare di vini spumanti, con un profilo spesso differente da quello del vino fermo. Saranno delineati i profili dei maggiori mercati di consumo e di chi beve vini spumanti, al fine di comprendere chi potrebbe essere il consumatore delle bollicine siciliane.

Ma il successo globale vino spumante si inserisce all'interno di una serie di macro-trend che coinvolgono aspetti demografici, di comportamento dei consumatori, di apertura a nuovi stili e tipologie (ad es. legati a produzioni biologiche o sostenibili), di attenzione verso prodotti alternativi (ad es. nel packaging o nel livello di alcool), di responsabilità etiche e sociali, di leve di attrazione, canali di vendita (con l'aumento dell'on-line e il consolidamento della distribuzione) e di attenzione nei confronti delle regioni di origine e della provenienza del prodotto. Fattori che dovranno essere compresi e gestiti nell'ottica di una programmazione futura della produzione e della promozione.