

Focus su SpumantItalia 2020

written by Jenny Viant Gómez | 29/01/2020



Neuromarketing e storytelling i nuovi imperativi. Da Pescara spunti di riflessione sull'evento dedicato alle bollicine italiane

La seconda edizione di [SpumantItalia](#) ideata da **Andrea Zanfi** è andata in scena per quattro giorni, dal 23 al 26 gennaio. Una vera sfida quella di **Bubble's** e del **Consorzio di Tutela dei Vini d'Abruzzo**: richiamare l'attenzione sul mondo spumantistico italiano portando a **Pescara** più di cento aziende, di cui 18 abruzzesi, 8 Consorzi, importanti esponenti del settore e giornalisti.

Secondo i dati dell'**Osservatorio Economico Vini**, nel 2019 la produzione complessiva di bollicine è stata di 750 milioni di bottiglie, nuovo record di sempre.

Con l'obiettivo di fare il punto della situazione sul settore, l'evento ha mirato a condensare **tanti argomenti importanti** assumendo la forma di una "**maratona**" assai fitta di appuntamenti. Proprio per questo impegnativa e da ottimizzare a livello organizzativo. **Indiscussa la validità** degli svariati contenuti analizzati.

L'approfondimento su Neuromarketing e comunicazione del vino

Merita una sottolineatura il talk show incentrato sul **Neuromarketing e la Comunicazione del vino** curato da **Vincenzo Russo**, docente di Psicologia dei consumi e coordinatore del laboratorio di Neuromarketing "Behavior and Brain Lab" Iulm; da anni impegnato in ricerche scientifiche e **consulenze applicate al mondo del vino**.

Comunicare il vino e distinguersi in un mercato sempre più globale richiede competenze specifiche e c'è **poco spazio per l'improvvisazione**. Oggi lo **storytelling è un imperativo**, al pari delle strategie da adoperare per proporre un prodotto e al pari del **packaging accattivante**.

«Il **50% del cervello è coinvolto nella percezione visiva, mentre solo l'1% è coinvolto nella percezione del gusto**», spiega Russo.

I colori, le frequenze del suono e il posizionamento spaziale dei contenuti condizionano la percezione di un vino o di un prodotto. **I colori e le forme delle etichette, i messaggi pubblicitari e le strategie di pricing vanno studiati molto bene**.

«Oggi abbiamo strumenti scientifici per **predire quale sarà la scelta del consumatore** in base, ad esempio, al tracciamento del movimento oculare nei primi 6 secondi di interazione», fa notare il professore e conclude: «Se al medesimo vino attribuisco due prezzi, di cui uno sensibilmente più caro, **al momento della degustazione il vino percepito come più costoso attiverà la corteccia orbito-frontale** deputata alla gradevolezza dei sapori. Con l'altro vino non accade, eppure è lo stesso vino».

SpumantItalia a Pescara: gli appuntamenti della prima edizione

Tra gli altri appuntamenti di **SpumantItalia** a Pescara c'è stata la presentazione del progetto **Vin.Co, vino cooperativo**. Un accordo sottoscritto dall'Università di Teramo con alcune cantine cooperative abruzzesi della provincia di Chieti e aziende agricole, Università di Chieti-Pescara e il Polo Agire. Obiettivo la valorizzazione dei vini spumanti da varietà autoctone d'Abruzzo.

La cena di gala è stata l'occasione per premiare gli "**Ambasciatori del brindisi italiano**", madrine della serata Le Donne del Vino. Alcuni dei premiati: **Vittorio Moretti, Giorgio Soldati, Riccardo Cotarella, Famiglia Gancia, Mattia Vezzola, [Consorzio di Tutela Doc Prosecco](#) e [Consorzio Tutela Vini Lessini Durello](#), Salvatore Murana** (di Pantelleria, più innovativa azienda spumantistica italiana), **D'Araprì, Adami, Arunda, Tonino Guzzo, Domizio Pigna, Leonardo Taschetta, Joe Castellano** e il professore **Attilio Scienza**.

Una masterclass con spumanti al femminile

Domenica 26, quarta giornata e conclusiva, si è aperta con una masterclass di spumanti declinati al femminile, con ben 10 vini (2 in più rispetto al programma), sebbene penalizzata dalla calendarizzazione e l'orario. A seguire "**Quota 80 e oltre**", **carrellata di spumanti che hanno avuto almeno 80 mesi di permanenza sui lieviti**. Ritenuta la degustazione più interessante dell'evento, la più frequentata insieme a quella di **Bruno Vespa**.

Il **banco di assaggio** allestito al museo Vittoria Colonna dalle 10.00 alle 20.00, con più di 200

etichette di oltre 100 aziende, si è rivelato per paradosso il punto debole della manifestazione.

SpumantItalia è stato **cofinanziato attraverso i fondi messi a disposizione dal PSR misura**

3.2. Segreteria organizzativa Aliante Solution, Dalila Barbanera; segreteria operativa Omerika, Omar D’Incecco; segreteria masterclass Claudia Gasparri; studio grafico Claudia Anversa; segreteria web Farm Computer System; social Watha Cabral e Luca Maria Torriani; ufficio stampa Mediawine.