



**MILANO WINE WEEK TORNA DAL 3 ALL'11 OTTOBRE E SI TRASFORMA CREANDO
UNA PIATTAFORMA INTERNAZIONALE AL SERVIZIO DEL MONDO DEL VINO.
UN MIX DI ESPERIENZE DIGITALI E FISICHE PER COGLIERE LE OPPORTUNITA'
DI UN MONDO IN CONTINUA EVOLUZIONE**

Grazie alla creazione della prima piattaforma eventistica digitale dedicata al mondo del vino italiano e la realizzazione di 10 sedi internazionali quali Londra, Monaco, Mosca, Pechino, Shanghai, Hong Kong, New York, San Francisco, Miami e Toronto, dove le aziende potranno presentare i loro prodotti ai mercati di riferimento direttamente dall'Italia con il supporto della tecnologia, superando così le limitazioni imposte dalla pandemia da Covid-19, MWW diventa la più innovativa manifestazione di sistema del mondo vitivinicolo

Milano, 14 maggio 2020 – Digitalizzazione e internazionalizzazione. Saranno queste le parole chiave della **Milano Wine Week 2020**, primo evento del settore agroalimentare italiano a segnare una svolta decisiva accelerando i cambiamenti imposti dal particolare momento storico che il mondo sta attraversando.

Forte dei numeri significativi conseguiti lo scorso anno (più di 300 eventi, oltre 300.000 partecipanti, 1.500 aziende coinvolte e più di 300 locali attivati in tutta la città), la terza edizione della più grande manifestazione vinicola milanese, un format di **Federico Gordini** prodotto dalla **Format Division** di **SG Company**, si terrà dal 3 all'11 ottobre prossimi con l'obiettivo, ancor più ambizioso, di fare del capoluogo lombardo, al pari di quanto già avvenuto per altre eccellenze come la moda e il design, un hub per la promozione della cultura del vino a livello internazionale nel rispetto delle limitazioni imposte a causa della pandemia da Covid-19.

Di qui la trasformazione in poco tempo del format che in due mesi è stato ripensato, ridisegnato e trasformato in un progetto ancora più importante ed ambizioso del precedente e sempre più proiettato verso il futuro. Grazie alla realizzazione di una piattaforma digitale, a supporto della manifestazione, la prima mai realizzata nel settore vinicolo, sarà possibile a tutti coloro che dall'estero e da altre parti di Italia desiderino fruire dei suoi contenuti di poterlo fare anche in un momento in cui gli spostamenti saranno limitati.

*“Se la realtà cambia,– dichiara **Federico Gordini, Presidente di Milano Wine Week** – dobbiamo cambiare anche noi. Milano Wine Week ha deciso per prima di raccogliere questa sfida trasformando un gap in un'opportunità per realizzare un progetto di sistema sempre più al servizio del mondo vinicolo e della sua filiera. Durante il lockdown abbiamo deciso quindi di metterci in discussione modificando il nostro modello di business per costruire qualcosa di rivoluzionario e adeguato ai tempi correnti e per poter realizzare, se possibile, un evento ancora più grande, importante e internazionale nel rispetto delle rigide normative imposte dall'emergenza”.*

Una manifestazione capace di intercettare un pubblico business e consumer sempre più ampio, che si pone quindi come propulsore di crescita tecnologica e qualitativa del settore, riunendo opinion leader, professionisti internazionali, organizzazioni, operatori di settore e consumatori con un approccio innovativo e sinergico. Lo farà, nel dettaglio, attraverso una variegata agenda di incontri e seminari, masterclass, degustazioni, walk-around tasting, forum e molte altre iniziative dedicate al mondo vitivinicolo.

In più, oltre alla possibilità per tutte le aziende partecipanti di disporre di **stand virtuali, ospitati nell'innovativo Wine Networking Hub della piattaforma**, tra le importanti novità di quest'anno - e novità assoluta per il mondo del vino - ci saranno i **Digital Tasting internazionali**, ovvero degustazioni esclusive rivolte ai buyer e alla stampa internazionale. In un vero e proprio "spazio" immaginato come uno studio televisivo alla presenza di un nucleo selezionato di operatori, ristoratori e giornalisti italiani, le cantine avranno la possibilità di presentare in simultanea i loro prodotti in più Paesi nel mondo grazie alle **10 sedi internazionali della Milano Wine Week 2020** dislocate nelle città di Londra, Monaco, Mosca, Pechino, Shanghai, Hong Kong, New York, San Francisco, Miami e Toronto, toccando quindi i più importanti mercati di riferimento del mondo vitivinicolo. In contemporanea con il quartier generale milanese, si terranno eventi aperti alla partecipazione dei rappresentanti del segmento "trade", della ristorazione e della stampa internazionale, che potranno interagire con la Milano Wine Week superando le distanze geografiche grazie a una piattaforma che vivrà tutto l'anno favorendo un grande networking internazionale.

"Si tratta di una piattaforma – spiega Gordini – che non è funzionale solo allo svolgimento della Milano Wine Week, ma che nasce al servizio del mondo del vino con l'obiettivo di favorire un grande network internazionale, con iniziative durante tutto l'anno finalizzate a scopi formativi e business, potendo gestire decine di migliaia di utenti in contemporanea collegati nello stesso momento. In tal senso funzioneremo come una sorta di 'broadcaster', ovvero un grande studio televisivo in grado di diffondere una serie di appuntamenti fruibili in diretta in varie parti del mondo, ma destinati poi a diventare anche dei contenuti permanenti".

La Milano Wine Week 2020 sarà quindi un grande evento che, grazie all'unione di esperienze digitali e fisiche, avrà la capacità di intercettare pubblico da tutto il mondo, trasformando Milano nella capitale mondiale del vino italiano.

IMPARIAMO A CAMBIARE

Fruibili da remoto saranno anche i momenti di formazione, in primis la terza edizione del **Wine Business Forum** (6 ottobre), realizzato in partnership con BS-Strategies e coordinato da **Silvana Ballotta**, che si concentrerà sull'internazionalizzazione in alcuni dei principali mercati dell'export viticolo italiano, e la seconda edizione del **Wine Generation Forum** (10 ottobre), realizzato in collaborazione con AGIVI (Associazione dei Giovani Imprenditori Vinicoli Italiani) in lingua inglese, dedicato ai "millennials" che lavorano nel settore viticolo, cui si affiancherà il nuovo **Shaping Wine** (8 ottobre), realizzato in partnership con **SDA Bocconi**, un momento di riflessione sui trend innovativi e sul retail del mondo del vino.



LE ATTIVITÀ PER IL CONSUMATORE FINALE

Restano confermati in primis i **Wine Districts**, veri e propri sodalizi tra un quartiere, con il suo circuito di bar, ristoranti ed enoteche, e un Consorzio di tutela. Per l'intera settimana in cui il quartiere sarà – come ormai da tradizione - totalmente brandizzato con la livrea del Consorzio, sarà possibile partecipare a eventi speciali (aperitivi, cene, degustazioni), attivati in occasione della MWW, nei locali aderenti all'iniziativa.

Ulteriore impulso rispetto allo scorso anno sarà dato al coinvolgimento del mondo della ristorazione e della somministrazione che avrà una centralità ancora maggiore con l'obiettivo di ridare nuova linfa a una categoria tra quelle maggiormente messe in ginocchio dalla crisi economica collegata alla pandemia.

Centinaia di locali e ristoranti milanesi saranno attivati nel corso della manifestazione con attività che abbinino la loro offerta ai vini, consentendo al consumatore di vivere l'esperienza dell'abbinamento sia all'interno delle strutture (in funzione delle capienze in vigore) sia utilizzando i servizi di delivery dei ristoranti, che proporranno dei menù tematici che includano una bottiglia di vino in abbinamento.

Milano Wine Week vuole divenire un grande momento di ripartenza per il mondo della ristorazione e della somministrazione per il quale il capoluogo lombardo, nell'ultimo decennio, è divenuto la capitale della tendenza, della sperimentazione, dell'internazionalità e dell'eccellenza. Un settore dalla cui ripartenza dipende il futuro del settore vinicolo.

Attraverso il progetto **Wine Pairing**, nato da una costola della Milano Food Week, format "gemello" creato da Gordini nel 2009, la cui edizione 2020 è saltata a causa dell'emergenza sanitaria, sarà rafforzato l'impatto comunicativo su un settore fortemente colpito dal lockdown e legato a doppio filo al mondo del vino. Il progetto vedrà la partecipazione di alcuni tra i più importanti chef italiani e internazionali e che hanno partecipato alle 10 edizioni della Milano Food Week, impegnati in altrettanti story-cooking in cui dovranno costruire una propria ricetta a partire da un vino delle aziende e dei consorzi "supporter" di MWW.

L'evento sarà trasmesso in streaming sulla piattaforma digitale e sui social della manifestazione diventando un tutorial di un'attività che il pubblico potrà ricreare nella propria cucina acquistando sia il vino che gli ingredienti tramite **L'Enoteca di MWW**, un'enoteca fisica innovativa inserita nell'"headquarter" di Palazzo Bovara e, al tempo stesso, una piattaforma di e-commerce che consentiranno al pubblico di degustare e acquistare un'ampia selezione dei vini che saranno protagonisti di Milano Wine Week.

Continueranno, inoltre, grazie al grande successo ottenuto nel periodo del lockdown, i **Winetelling**, degustazioni digitali, guidate da produttori ed esperti di settore, dedicate ai "wine lovers" - collegati in remoto attraverso la piattaforma dedicata e le pagine social della manifestazione - che potranno acquistare le bottiglie direttamente online. I Winetelling, che hanno già preso il via nelle scorse settimane, proseguiranno per tutta la fase di teasing fino a ottobre e anche nel corso della stessa "settimana del vino", durante la quale sarà disponibile anche **L'Enoteca di MWW**.



Questi e altri saranno i molteplici strumenti a disposizione per parlare di un mondo del vino in evoluzione, fatto in primo luogo di persone: non solo produttori, enologi e agronomi ma anche tecnici, comunicatori, blogger, startupper, responsabili dell'ospitalità, ristoratori, manager, sommelier, consulenti ed enotecari. E consumatori, ovviamente. In una parola, **The Winers**. Saranno loro con le proprie storie i protagonisti della prossima Milano Wine Week.

“Per la prima volta nella storia della nostra manifestazione - conclude Gordini - abbiamo deciso di creare un fil rouge che possa accomunare tutte le occasioni inserite nel nostro grande palinsesto. I Winers sono le persone del vino, un insieme di professioni classiche e innovative che concorrono alla filiera del settore. Abbiamo pensato di focalizzare l'attenzione di tutti gli appuntamenti sul 'fattore umano' che sta alla base del mondo vinicolo e sulla sua evoluzione, che ha visto negli ultimi anni emergere nuove figure e nuove professionalità, che contribuiscono alla crescita del settore sul mercato internazionale. I loro volti e le loro storie saranno i veri protagonisti del nostro racconto dedicato al mondo del vino”.

La Milano Wine Week è stata presentata questa mattina con un innovativo evento digitale - a cui hanno preso parte oltre 1.000 ospiti registrati (un vero record e un numero impensabile per una conferenza stampa tradizionale) - che ha inaugurato la sua nuova piattaforma, condotto dal Presidente **Federico Gordini** con gli interventi di **Fabio Rolfi**, Assessore all'Agricoltura di Regione Lombardia, **Roberta Guaineri**, Assessore al Turismo del Comune di Milano, **Riccardo Ricci Curbastro**, Presidente di Federdoc, **Silvana Ballotta**, CEO di BS Strategies e coordinatrice del Wine Business Forum, **Helmuth Kocher**, Presidente di Merano WineFestival, e **Luciano Ferraro**, Caporedattore del “Corriere della Sera” e Presidente del Comitato di Manifestazione di Milano Wine Week.

Ufficio Stampa
Alessia Rizzetto PR & Communication
Email: mww@alessiarizzetto.com
Cell. 349.5284994

Responsabile Comunicazione Format Division – SG Company
Antonella Marautti
Email: a.marautti@sg-format.it
Cell. 339.7497551