

**ANCHE NEL 2020 MILANO WINE WEEK INNOVA E CRESCE, CHIUDE 9 GIORNI
DI EVENTI FISICI IN SICUREZZA E DIVIENE IL PIU' GRANDE EVENTO INTERNAZIONALE
DEL MONDO DEL VINO, CONNETTENDO MILANO E 7 CITTA' INTERNAZIONALI**

*L'organizzatore Federico Gordini: "Abbiamo lanciato un modello di lavoro al servizio dell'Italia del futuro, che riparte da Milano. Speriamo che anche le istituzioni governative ne prendano atto".
Intanto si lavora già alla quarta edizione, in programma dal 2 al 10 ottobre 2021*

Milano, 12 ottobre 2020 – Oltre **300 eventi fisici**, per un totale di **10.000 presenze attive** distribuite nell'arco di **9 giorni (3-11 ottobre)** nei due headquarter, con l'aggiunta di tutti i partecipanti alle iniziative nei ristoranti, nei locali, nelle location partner e nei "wine district". In più, un seguito significativo anche via web, con **3.000 operatori e buyer di mezzo mondo connessi in diretta**, per una **crescita complessiva stimata nell'ordine del 20%**. Nell'anno del Covid-19, che ha stravolto le relazioni sociali e costretto a ripensare le modalità di svolgimento degli eventi, la terza edizione della **Milano Wine Week**, conclusasi ieri, ha compiuto un piccolo miracolo. La manifestazione ideata da **Federico Gordini** e prodotta da **SG Company** ha fatto registrare un successo che è andato ben oltre le aspettative, dimostrando la forza di un'organizzazione intelligente che ha costruito un progetto sostenibile, rispettoso delle limitazioni imposte dall'emergenza sanitaria, e che, soprattutto, ha fatto di Milano la capitale internazionale della filiera vinicola al pari di altre eccellenze come la moda e il design.

Tutto questo è avvenuto grazie a un ampliamento degli eventi fisici, che sono stati fruibili sia dal vivo sia digitalmente tramite l'innovativa piattaforma **Digital Wine Fair**, la prima mai realizzata nel settore vitivinicolo, grazie alla quale professionisti e buyer internazionali – **quasi 5.000 gli utenti che si sono registrati** – hanno potuto collegarsi in diretta da ogni parte del mondo per partecipare alle varie iniziative in palinsesto – **ben 76 tra masterclass, forum, webinar ecc.** - stando comodamente seduti di fronte al proprio laptop. Il tutto, a beneficio delle cantine e dei consorzi partecipanti che, abbattendo i confini fisici, hanno potuto interagire con un pubblico business più ampio, vedendo moltiplicate le occasioni di contatto e scambio commerciale. In 9 giorni di manifestazione, infatti, la piattaforma ha supportato **più di 110 ore di "live streaming"**, garantendo ai partecipanti, oltre alla massima qualità video, una "digital human experience" unica e senza precedenti per desktop e mobile.

"Con la Digital Wine Fair – dichiara con soddisfazione Federico Gordini, Presidente di Milano Wine Week - abbiamo voluto portare nel mondo degli eventi, in particolare nel settore vitivinicolo, una modalità tanto smart quanto innovativa di fare business. L'edizione 2020 di Milano Wine Week ha segnato uno spartiacque nel modo di competere e ha voluto dotare l'intero sistema vitivinicolo degli strumenti adatti per affacciarsi con forza sul panorama internazionale. Da qui riparte il futuro del mondo del vino, che qui si è radunato nei giorni scorsi, e qui continuerà a trovare terreno fertile per fare sistema. Milano è la metropoli internazionale d'Italia per eccellenza: la sua posizione centrale, l'ampia offerta di connessioni, professionalità e strutture al servizio dell'imprenditoria, ne fanno un hub fisico e digitale ideale per fare business a livello internazionale, come già si è dimostrato per altre eccellenze del Made in Italy".

"Tutto questo – prosegue Gordini - non sarebbe stato possibile se non facendo sistema. Un pensiero tanto forte quanto lungimirante. Dietro il successo della Milano Wine Week infatti, c'è una grande squadra di lavoro fatta di aziende, di consorzi, di partner, di istituzioni che, nonostante gli ostacoli, si sono messi a disposizione e hanno creduto nella realizzazione di un evento di grande respiro in un momento così difficile. Ci attendiamo dunque che anche le istituzioni governative competenti, in aggiunta a quelle locali, promuovano un intervento incisivo a supporto di questa manifestazione che, grazie all'investimento privato di grandi risorse e passione da parte dei collaboratori, ha rappresentato fin dalle origini una grande occasione di promozione per il settore, e rappresenta nel 2020 la prima grande occasione di internazionalizzazione del vino italiano. Questo è il modello di riferimento al servizio dell'Italia del futuro che riparte da Milano".

Tra le attività B2B novità assoluta per il mondo del vino sono stati i **Tasting Internazionali**, ovvero degustazioni esclusive – **42 gli appuntamenti in calendario** - rivolte ai buyer e alla stampa in collegamento digitale con pubblico fisico che era in

parte nell'headquarter milanese di Palazzo Bovara e in parte – per un totale di **1.250 invitati** - in una delle **7 sedi estere** (hotel, venue, wine space ecc.) della **Milano Wine Week 2020**, dislocate nelle città di New York, San Francisco, Miami, Toronto, Shenzhen, Shanghai e Mosca, toccando quindi i più importanti mercati di riferimento del mondo vitivinicolo - nordamericano, cinese e russo –.

Parallelamente, centralizzati nello storico headquarter di Palazzo Bovara, si sono svolti i **Tasting Italiani**, ovvero Masterclass dedicate a operatori, stampa e buyer italiani selezionati del canale HO.RE.CA, per un totale di **29 appuntamenti** e **2.200 persone coinvolte dal vivo**, oltre a quelle collegate in streaming con il quartier generale di MWW sempre attraverso la piattaforma digitale.

Tra gli altri momenti per gli addetti ai lavori, oltre ai **“wine talk”, seminari, cerimonie istituzionali e premiazioni**, per un totale di **23 eventi**, che si sono svolti nella tensostruttura in cortile e nelle prestigiose sale al primo piano di Palazzo Bovara, si segnalano i **3 grandi momenti di formazione e networking** fruibili anche da remoto, in streaming o on demand: la terza edizione del **Wine Business Forum**, realizzato in partnership con BS-Strategies e coordinato da **Silvana Ballotta**, che si è concentrato sull'internazionalizzazione in alcuni dei principali mercati dell'export vinicolo italiano, cui si sono affiancati il nuovo **Shaping Wine**, realizzato in partnership con **SDA Bocconi**, un momento di riflessione sui trend innovativi e sull'evoluzione degli spazi fisici e virtuali del retail del mondo del vino, e la seconda edizione del **Wine Generation Forum**, realizzato in collaborazione con AGIVI (Associazione dei Giovani Imprenditori Vinicoli Italiani) in lingua inglese, dedicato ai **“millennials”** che lavorano nel settore vinicolo. I tre appuntamenti hanno visto complessivamente l'intervento di **67 relatori**.

Sul fronte delle iniziative per il pubblico, la manifestazione si era aperta sabato 3 ottobre con il consueto **brindisi inaugurale** con le bollicine di montagna delle aziende aderenti all'**Istituto Trentodoc**. Questo momento, spettacolare dal vivo nelle scorse edizioni, ha preso vita grazie a un **flash mob digitale** con il coinvolgimento di **circa 5.000 persone** che hanno potuto alzare i calici in tempo reale dalle rispettive case, connettendosi alla diretta Facebook sulla pagina ufficiale di Milano Wine Week

Nell'arco della settimana, inoltre, sono stati attivi **7 Wine District**, uno in più del 2019, distribuiti capillarmente sul territorio cittadino, secondo il fortunato modello del **“fuorisalone”**, con l'abbinamento a un consorzio vinicolo di ciascun quartiere, con il proprio circuito di bar, ristoranti ed enoteche, per un totale di **90 locali attivati**. Il quartiere **Brera / Garibaldi / Solferino** è stato appannaggio del **Franciacorta**, mentre il distretto **Eustachi** è stato presidiato dal **Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese**. La zona di **Porta Nuova** è stata invece brandizzata dal **Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOP**, **Isola** ha ospitato le iniziative del **Consorzio delle DOC Friuli Venezia Giulia**, **Porta Romana** è stata il regno del **Consorzio Tutela Lugana DOC**, il **Consorzio dell'Asti** e del **Moscato d'Asti DOP** ha presidiato l'area dell'**Arco della Pace** e **Corso Sempione**, infine la zona dei **Navigli** è stata associata al **Consorzio Club del Buttafuoco Storico**.

La penetrazione della manifestazione nel tessuto cittadino è stata resa possibile anche grazie alle molteplici attività delle **12 Location Partner**, due in più del 2019, che hanno **proposto 50 tra attività legate al vino, seminari, eventi e “wine night”**, facendo registrare dei flussi importantissimi di persone: da **Eataly Smeraldo** a **Signorvino** alla **Santeria**, che hanno proposto un fitto calendario di degustazioni, corsi e aperitivi lungo tutto l'arco della settimana, passando per **Cantina Urbana**, **Panini Durini**, **Un posto a Milano**, **Babila Building**, **N'Ombra De Vin** e **Wine Mi** (tour delle enoteche milanesi) e **Come Home** (degustazioni e cene organizzate nelle case di host e tematizzate in occasione della Wine Week) per arrivare a **Centrale District** e **Hic Enoteche**.

Ulteriore impulso rispetto allo scorso anno è stato dato al coinvolgimento del mondo della ristorazione e della somministrazione, che ha avuto 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. Circa **150** sono stati i **locali e ristoranti** attivati in tutta Milano nel corso della manifestazione con iniziative che dessero risalto ai vini in carta sia all'interno delle strutture sia utilizzando i servizi di delivery.

Sempre con l'obiettivo di incentivare la ripartenza del mondo della ristorazione e della somministrazione è stato ideato anche il progetto **Wine Pairing** che, presso il **Babila Building** by Guastoni di Corso Venezia, secondo headquarter di Milano Wine Week, ha visto susseguirsi **22 show-cooking** con la partecipazione di alcuni tra i più importanti chef italiani, come **Andrea Berton, Daniel Canzian, Alessandro Borghese, Wicky Priyan, Eugenio Boer e Gianluca Fusto**.

La medesima location ha ospitato anche **L'Enoteca di Milano Wine Week**, con **58 vini in degustazione** e un passaggio di **circa 1.000 persone per i 7 giorni di attivazione**, ovviamente nel rispetto delle capienze degli spazi.

Grande successo anche per i **5 Walk Around Tasting** dedicati ai consorzi partner di Milano Wine Week, che si sono svolti sempre al Babila Building by Guastoni, che ha ospitato anche la selezione delle 10 migliori bollicine italiane a cura del patron di Merano WineFestival e The WineHunter, Helmuth Köcher, inserite all'interno dello spazio enoteca.

Questi e altri sono stati 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**. Sono stati loro con le proprie storie i protagonisti della Milano Wine Week. Il tema è stato sviluppato sia con una **mostra fotografica in Corso Vittorio Emanuele**, realizzata in collaborazione con Coldiretti, WineTales e FIAF, che ha fatto registrare circa 100.000 passaggi, per culminare nell'assegnazione a **Tommaso Cortonesi** del **Winers Award**, sponsorizzato da **Eberhard**.

Al successo straordinario della "settimana del vino" ha concorso il supporto di **87 Partner**, fra cui aziende e consorzi vinicoli italiani tra i più importanti, divisi in **6 Founding Supporter, 13 Supporter e 24 Partner**, ma anche il prezioso contributo di **8 Institutional Partner**.

"La soddisfazione più grande che ci portiamo a casa – conclude il Presidente Gordini – è quella di essere riusciti a dimostrare che Milano è la città del vino che guarda al futuro e che, se l'Italia del vino fa sistema, non la batte nessuno. Il primo e più grande evento vinicolo internazionale del 2020 si è fatto a Milano e il nostro obiettivo è quello di continuare questo percorso perché la nostra città ha le caratteristiche per diventare il nuovo, grande pensatoio mondiale del vino. Torneremo quindi con la quarta edizione della manifestazione dal 2 al 10 ottobre 2021, un'edizione che implementerà anche tutte le attività che quest'anno abbiamo dovuto giocoforza accantonare. Che la prossima possa essere una Milano Wine Week di socialità, di feste, di eventi molto più aperti e partecipati, che auspichiamo possano tornare a svolgersi come nella tradizione delle prime due edizioni della manifestazione".

Milano Wine Week è la settimana di appuntamenti dedicati alla cultura vinicola di proprietà dell'Associazione Milano Wine Week, ideato da Federico Gordini e prodotto da **SG Company S.p.A.**, uno dei principali player in Italia nella comunicazione integrata Live & Digital e quotata all'AIM Italia di Borsa Italiana dal 26 luglio 2018. Con oltre 20 anni di storia è la capogruppo delle società Sinergie, Special, Centoeventi e Twico, Brainwaves e Double attive nei mercati B2B, B2C e BTL. Completano il perimetro del Gruppo Core e Bellanova Design.

Negli ultimi anni la Company ha ideato, promosso e realizzato i format *Milano Food Week, Vivite, Sneakerness, Social Music City, Blu-E e ObeCity*.

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

Responsabile Comunicazione SG Company
Antonella Marautti
Email: a.marautti@sg-company.it
Cell. 339.7497551