



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

di: Alessia Venturi

La mia vita da Wine Blogger per "apprendisti del vino"

Intervista a Silvia Vins, wine blogger di professione specializzata in "wine beginners".



Bisogna lavorare sodo e investire nella formazione personale per trasformare una passione nel lavoro della propria vita. Questo è un concetto valido in molti campi, ma specialmente nel mondo del vino. Chi ha scelto di intraprendere questa strada è la spagnola Silvia



Ortega-Franco, alias Silvia Vins ("Vins" significa "vino" in catalano), l'ideatrice del blog in lingua inglese silviavins.com. Silvia si definisce wine blogger con specializzazione in "wine beginners", ovvero si rivolge alle persone che vogliono imparare a conoscere il mondo del vino attraverso un punto di vista introduttivo, partendo dai fondamentali. La wine blogger catalana ha fatto del suo percorso formativo, infatti, un modo per formare anche i suoi lettori. Così dalla Spagna si è trasferita negli Stati Uniti e lì è nata una wine blogger professionista...

Come è iniziata l'avventura professionale nel mondo del vino?

La mia grande passione per il vino, nata in famiglia fin da piccola, è diventata un obiettivo professionale durante il mio primo viaggio negli Stati Uniti, quando ha realizzato quanto, rispetto a quella americana, la visione del mercato del vino europea, dell'European-Old Wine World, sia molto differente. Prima di aprire il mio blog, ho iniziato gli studi di enologia per hobby per poi continuare in maniera più approfondita.

Come è nato il Suo blog? Quale è l'attività principale?

All'inizio, lo scopo principale del mio sito era di riportare le mie esperienze mentre studiavo enologia. Ben presto sono riuscita a svilupparlo in modo che potesse essere a disposizione dei wine beginners attraverso alcune brevi e chiare informazioni riguardanti il vino che fossero semplici da ricordare. Passo dopo passo, fornisco concetti semplici e comprensibili per far incrementare ai miei lettori le conoscenze sul settore vinicolo. Mi piacerebbe che tutti leggessero il mio blog o guardassero i miei video per apprendere sempre più informazioni.

Come trova gli argomenti da recensire sul Suo blog?

Gli argomenti trattati nel mio sito derivano da diverse ispirazioni, molte delle quali sono idee nate durante i miei studi. Mi piacerebbe trasformarlo in un wine magazine, come se fosse una sorta di fotografia sul mondo del vino. Per esempio, se leggo come gli acidi e i tannini colpiscono l'invecchiamento del vino, creo un semplice grafico informativo o una cartolina illustrativa su questo argomento. Altre volte, invece, creo post con delle domande per i miei amici e followers.â€

Cosa sta alla base dei Suoi post?

Molte domande. Mi chiedo: questo vino è adatto ai wine beginners? Riusciranno ad apprezzarlo meglio grazie alle mie raccomandazioni? Impareranno qualcosa di nuovo? Ciò che scrivo su questo vino sarà relazionato, almeno in parte, a ciò che voglio trasmettere?



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

“Dal Suo punto di vista interno, cosa si rischia nel leggere un blog di vino?”

Quando leggo un blog, ad esempio, ciò che più mi infastidisce è quando non conosco chi sta creando un post, perché di base mi chiedo sempre se l'informazione sarà corretta. Inoltre, ci sono così tanti blog e siti sul vino che a volte è disorientante perché ognuno ha un'opinione diversa su gusti e sapori. In aggiunta, ogni esperto sviluppa un proprio sistema di classificazione, e questo può complicare o divertire molto.

Cosa pensa del ruolo dei media e della stampa nella promozione del vino?”

La promozione attraverso i media è la chiave per la comprensione e il consumo del vino, ma penso che possa avere una maggiore efficacia per brand o regioni vinicole, non per specifici vini a meno che non siano nomi già conosciuti. Non credo che il consumatore medio sia in grado di ricordare tutti i nomi dei produttori di vino. Anche se lo facesse, li troverebbe nel suo wine shop di fiducia? Secondo me, i brand del vino sono così atomizzati e ci sono così tanti prodotti differenti che ha senso promuovere una categoria generale per avere un effetto reale sul consumatore.

Un'altro aspetto da implementare secondo me è come riuscire ad acquistare in maniera più semplice i vini una volta letto un articolo. Per esempio, se su un sito si legge una recensione che ci piace, bisognerebbe avere l'opportunità di poter comprare online. Purtroppo le legislazioni, che complicano il sistema, rendono tutto più difficile.