

EMANUELE TRONO

Aka Enoblogger, wine influencer e comunicatore

Emanuele Trono ha 26 anni e ama definirsi un comunicatore del vino 2.0. Si è laureato in Business and Management, con un master in Italian Wine Culture all'Università del Gusto di Pollenzo, per poi arricchire il suo profilo frequentando il percorso da Sommelier AIS. Circa due anni fa decide di approdare su Instagram con un profilo che parlasse di vino, Enoblogger, che nel tempo è cresciuto fino a contare quasi 75 mila followers. Così sono partito, iniziando ad entrare in contatto con le più importanti aziende di vino in Italia e non solo. Oggi Emanuele lavora con Signorvino, Tannico, il gruppo Santa Margherita, Ferrari e tanti altri nomi. Oltre alla professione online, di blogger e influencer, si occupa anche di pianificazione strategica ed è consulente di comunicazione e digital marketing per diverse cantine. "Questa professione è nuovissima e posso dire di averla costruita ed adattata su di me, il lavoro e le richieste stanno aumentando e questo mi porta ad essere spesso in giro per l'Italia, ma è fondamentale per avere spunti e poter consigliare al meglio chi ha deciso di affidarsi a me per curare la comunicazione".

Come è nata la tua passione per il vino?

"La mia passione per il vino nasce all'incirca 5 anni fa, quando lavorando in un bar cominciai a servirlo ai clienti. Era una bevanda che aveva fascino e così decisi di iscrivermi ad un corso di avvicinamento per scoprire i segreti che c'erano dietro la produzione e le tecniche di degustazione.

Dopo quel corso l'amore per il

vino e cresciuto e ora sono riuscito a farne un lavoro a tempo pieno".

Come definiresti il tuo lavoro?

"Mi definisco un comunicatore, digitale e non, in quanto grazie ai social riesco ad essere in contatto con molto più persone contemporaneamente, ma poi quando è possibile mi piace conoscerle di persona e scambiarsi opinioni *live*. Questo lavoro è in continuo cambiamento e bisogna essere aggiornati con gli ultimi *trend*, non ci si può adagiare e bisogna essere molto curiosi".

Quali sono gli aspetti del tuo lavoro che preferisci?

"Mi piace tantissimo il fatto che posso lavorare ovunque io sia, mi bastano un pc ed una fotocamera. Quindi non ho un ufficio fisso, per esempio in questo momento ad esempio sono nel *dehor* di un bar di Verona. Inoltre mi piace tantissimo il fatto di poter viaggiare e poter conoscere tutte le diverse realtà del mondo del vino, confrontandomi direttamente con i produttori. Questo mi dà un valore aggiunto incredibile è fondamentale per poter creare strategie di comunicazione che meglio si adattino ad ogni diversa realtà".

**Cosa vedi del vino italiano dalla tua "prospettiva"?
Che consigli ti sentiresti di dare ai produttori di vino del nostro Paese?**

"Per quanto riguarda il digitale vedo che c'è ancora tantissima confusione e paura. Questo deriva dal fatto che è un mondo in continua evoluzione e che cambia ogni giorno. Io non posso permettermi di non essere ag-

giornato sulle novità, altrimenti il servizio che do ai miei clienti non sarebbe coerente. Il mio consiglio è quello di credere nel digitale in quanto i clienti del futuro sono già su queste piattaforme ed è un investimento importante che va fatto fin da subito per non farsi trovare impreparati. Bisogna però affidarsi a dei professionisti che abbiano a cuore la riuscita dei progetti".

Il mondo del vino è in continuo cambiamento e così è per le sue professioni... cosa succederà in futuro?

"Le persone sono sempre più interessate al vino, specialmente i giovani, li vedo molto curiosi di scoprire i segreti dei produttori e dei diversi territori. Quindi credo in un trend in ascesa che porterà questo settore a crescere ancora, ma per restare sul pezzo dovrà obbligatoriamente svecchiarsi e dare esperienze di alto valore a chi si interessa. Sarà importantissimo dare spazio ai racconti del territorio e creare esperienze a 360 gradi che coinvolgano più settori, e che vadano a creare delle collaborazioni tra diversi player di diversi settori. Inoltre la comunicazione è fondamentale, chi comunicherà la

propria identità senza filtri e si avvicinerà al consumatore avrà senz'altro delle belle chance di crescita a livello di *brand reputation*".

Gran parte del tuo lavoro si basa sulla comunicazione del vino, un campo ancora in parte inesplorato dai nostri produttori. Cosa ne pensi? Come è oggi la comunicazione del vino e come andrebbe affrontata?

"Come dicevo penso che ci sia parecchio lavoro da fare, ci sono un oceano di potenzialità inesplorate, per esempio con alcuni dei miei clienti stiamo già iniziando a lavorare su questi aspetti e i risultati che si raccolgono in pochi mesi sono incredibili. Ormai la comunicazione passa obbligatoriamente attraverso il digitale, e chi non si digitalizza sarà inevitabilmente nascosto ad un pubblico futuro molto attento alla qualità di ciò che assaggia. Il segreto è affidarsi ai consigli di chi ad esempio come me conosce molto bene questi strumenti perché li utilizza tutti i giorni ormai da anni e insieme si può andare a strutturare al meglio il proprio posizionamento e la propria reputazione digitale".•

