

# ROSSODISARA, TUTTI I COLORI DEL VINO

**ESSERE OTTIMI ENOLOGI E APPASSIONATI VITICOLTORI NON BASTA PIÙ. PER FAR CONOSCERE LE ECCELLENZE DELLA PROPRIA CANTINA OCCORRE SAPER COMUNICARE QUESTI VALORI CON IL LINGUAGGIO GIUSTO, TOCCANDO LE CORDE DI UN PUBBLICO SEMPRE PIÙ INFORMATO. È LA MISSIONE DI SARA CARMIGNOLA**

**ROSSODISARA, ALL THE COLOURS OF WINE. BEING A PASSIONATE VITICULTURIST AND EXCELLENT WINEMAKER IS NO LONGER ENOUGH. YOU HAVE TO BE ABLE TO COMMUNICATE THESE VALUES IN THE RIGHT WORDS, TOUCHING A CHORD WITH AN INCREASINGLY WELL-INFORMED PUBLIC. THIS IS SARA CARMIGNOLA'S MISSION**

servizio/story **CAMILLO MAMMARELLA**

**I**l mondo del vino non ha confini. Ma oggi più che mai l'anima di un vino va raccontata emozionando gli appassionati del settore, i blogger, i giornalisti e il mondo dei social media. La sfida di Sara Carmignola, è proprio questa, con il desiderio di accompagnare le

cantine italiane ad esplorare nuovo orizzonti e confrontarsi con un pubblico eterogeneo, ma attento alle novità. Il volto di Sara Carmignola non è nuovo a chi ha frequentato le manifestazioni organizzate da Veronafiere: "ho lavorato nel quartiere scaligero per circa 15 anni

*The wine world knows no borders. But today more than ever the soul of a wine has to be recounted so as to really enthral wine buffs, bloggers, journalists*

*and the social media. Sara Carmignola rises to this challenge by showing Italian wineries how to explore new horizons and reach out to a varied clientele, espe-*

*cially those interested exploring new wines. Sara Carmignola's face will be familiar to those who have attended events organized by Veronafiere. "I worked*



### Nuovi traguardi New goals

A sinistra: il vino? È emozione. Parola di Sara Carmignola.

A destra: insieme a Charlie Arturaola, sommelier di fama internazionale durante l'ultimo Opera Wine di Verona

Left: wine? It's feeling. Take Sara Carmignola's word for it

Right: with Charlie Arturaola, internationally famed sommelier, during the last Opera Wine fair in Verona

- spiega Sara - sia come Project Manager che come Exhibition Manager, occupandomi di agroalimentare e tecnologie per il food". Una esperienza a tutto tondo che le ha permesso di entrare in un mondo complesso come quello del vino, conoscendo i protagonisti e le dinamiche di un mercato sempre più selettivo.

"Oltre a progettare manifestazioni ed eventi nel senso più classico del termine - spiega Carmignola - , ho avuto modo di coordinare trasversalmente gli interlocutori che partecipano direttamente e indirettamente alla costruzione ed allo sviluppo di un'iniziativa promozionale, curandone relazioni e flussi operativi".

Lavoro impegnativo, ma formativo. Utile per dar vita ad un progetto di comunicazione che si chiama "Rossodisara", brand con cui lo studio fondato dalla Carmignola si è fatto conoscere in campo enologico. "In partnership con altri

professionisti, l'obiettivo del nostro gruppo è quello di fornire alle aziende del settore agroalimentare soluzioni sostenibili create su misura per acquisire o anche potenziare visibilità e posizionamento sia nel contesto nazionale che internazionale. In un mercato estremamente dinamico e complesso - come quello appunto del vino - dove la sovrapposizione e l'interscambio di alcune attività richiedono sempre più l'applicazione integrata di operazioni di controllo, reporting, marketing e comunicazione, la nostra proposta comunicazione parte dall'analisi delle caratteristiche dell'azienda, passa attraverso l'elaborazione puntuale dei suoi bisogni e dei suoi obiettivi e giunge alla costruzione di un progetto personalizzato".

Perché il vino è emozione e occorre sempre saper far scattare la giusta scintilla per orientare le scelte del consumatore. ■

*for the Verona trade fair for some 15 years," relates Sara. "I was project manager and exhibition manager for agro-food and food technology sectors."*

*Her all-round experience has enabled her to make her way in the complex wine world, knowing the players and the dynamics of an increasingly selective market.*

*"In addition to planning classic exhibitions and events," she explains, "I had to coordinate the work of everyone who was directly or indirectly engaged in*

*developing promotions, managing workflows and making sure things ran smoothly."*

*Challenging work, but formative. It proved very useful when it came to creating a communication project called "Rossodisara", the brand by which Carmignola's firm has made its name in the wine industry.*

*"In partnership with other professionals, the goal of our group is to provide businesses in the food sector with specially tailored sustainable solutions to acquire or enhance their visibility and po-*

*sition them both nationally and internationally. The wine market is extremely dynamic and complex, with overlapping and interlocking activities calling for highly-integrated control, reporting, marketing and communications. Our communications start from the character of each business, stressing the precise development of its needs and objectives to create a fully customized strategy."*

*Because wine is all about feeling and it's important to trigger the spark to attract consumers. ■*