vinetur

Argentina: El boom de los clubes de vino online

La pandemia multiplicó las opciones para recibir novedosas propuestas de vino en la comodidad del living de casa. Así expertos sommeliers seleccionan, recomiendan y envían mes a mes distintas etiquetas de vinos argentinos.

miércoles 1 de septiembre de 2021

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Ivana Piñar

Si algo potenció la pandemia fue la necesidad de resolver nuestras necesidades desde el corazón de nuestros hogares. Y claro, que para los amantes del vino, tener todos los días una copa de un buen vino para acompañar cada comida, un libro o una serie se volvió realmente fundamental.

En marzo del 2020 cuando el confinamiento total ya nos pisaba los talones comenzó a materializarse Wonder Wines Club, el sueño de Ivana Piñar, quien durante 17 años fue sommelier ejecutiva del Hotel Madero -en Puerto Madero, Buenos Aires- y durante 9 años fue anfitriona de Paladar, un restó a puertas cerradas en pleno Villa Crespo. El club cuenta con distintas propuestas de membresía (de 4 o 6 mix de botellas, además de la posibilidad de pedir una caja de la etiqueta que más te gusta). Actualmente cuenta con unos 60 socios que mensualmente reciben su selección de vinos. Habiendo tantas posibilidades de acceder de forma directa a las bodegas (ya que la pandemia también multiplicó la existencia de tiendas online de vino), ¿cuál es el diferencial de Wonder Wines Club? "Es un grupo súper fidelizado, fiel y muy comprador. Más allá que al poco tiempo de empezar nos agarró la pandemia, hicimos más de 44 catas online con los enólogos más importantes de nuestro país que presentaron a los miembros la etiqueta seleccionada para el Club" detalla orgullosa Piñar, quien además agrega que ella también da la posibilidad de armar totalmente a medida los vinos para cada socio ya que conoce sus gustos y los de sus parejas.

El proceso de selección es super arduo, mes a mes, la sommelier junto a su panel de cata degusta más de 100 etiquetas para elegir la selección mensual y los Wonder Wines Deluxe, para los paladares más sofisticados.

De hecho si algo resalta Piñar es que su propuesta es totalmente personalizada, con mucho detalle, cuidado y comunicación directa entre sus miembros. "La venta online es genial en estos tiempos dónde la presencialidad se extraña pero este recurso ayuda, acerca y diversifica a la industria" resume la experta.

Vinclub, liderado por el sommelier Andrée Romero, nació en mayo del 2020 por circunstancias de la primera ola de la pandemia. En ese momento Romero asesoraba cuatro restaurantes que trabajaban a full con turismo y con el cierre de fronteras todos ellos quedaron totalmente afectados. "En ese momento pensé en que siempre vendía vinos por menor a algún conocido y creí que si tenía que crear algo rápido era enseñar y transmitir al mercado al que no sea un wine lover sino al que recién está empezando" cuenta Romero, quien poquito a poquito fue incrementando su equipo de trabajo y pasó de ser un proyecto totalmente unipersonal a que hoy lo acompañen otras tres personas.



Andrée Romero

"Hice un estudio de mercado en algo que no existía como eran las catas virtuales, me fijé que solo en Argentina o al menos en mi búsqueda estaba Mariano Braga pero sin venta de vino. Así que salimos a vender pero enseñando, sea cual sea la botella se les daba la opción de participar en charlas virtuales" relata el fundador quien asegura que

el principio tuvo miedo que su speach basado en la enseñanza sea tomado a mal por las escuelas de vinos, aunque afortunadamente sucedió todo lo contrario.

¿Cómo selecciona los vinos? "Para Vinclub baso la búsqueda de vinos teniendo como estándar la modernidad y el cambio en los estilos de cada bodega para hacer foco más que todo en la evolución de los vinos argentinos" explica el joven sommelier quien capitalizó en su club su expertise al haber elaborado cartas de vino para restaurantes de Argentina, Uruguay y Perú.

¿Cómo describe a su consumidor? "Claramente es un nuevo mercado que sufrió una ola potente de ventas porque primero subió el consumo y después se fue regulando. Hoy veo un mercado predispuesto y totalmente separado de lo que es el público de lo presencial, totalmente adaptado a un nuevo mundo o mercado virtual".

Y si hablamos de balances, Vinclub en mayo del 2020 obtuvo un mes de ventas récord que después siguió replicándose en junio (gracias a las ventas del día del padre) y en julio "curiosamente" se triplicaron las cifras. "Cerramos un año genial y después nos dimos cuenta que siempre tuvimos que hacer cosas nuevas porque claramente en 2021 hubo un freno a ese gasto ya que el público se tuvo que saber controlar. Igualmente, hasta el momento hace algunos meses ya superamos el 2020 con lo cual pensamos y sabemos que el éxito está en el trabajo constante y en el continuo cambio de ideas".

El Club de Pau nació en octubre del 2020, cuando la sommelier Paula Perasso siguió su corazonada tras las sugerencias que sus seguidores en redes sociales que le decían una y otra vez: ¿por qué no te lo ponés un club? "Igual me avivé tarde ya que todos estaban vendiendo vino desde marzo y ¡pero yo como sommelier no podía ser menos!" comienza entre risas y recuerdos Perasso quien subraya que la idea del club le pareció "una buena manera de juntar lindas bodegas, con buenas etiquetas de vinos diferentes y a precios realmente regalados".



Paula Perasso

¿Cómo funciona el club? "Básicamente te anotas al WhatsApp del club para recibir una lista de vinos y armás la caja como más te guste y si no querés una caja podés elegir un par de botellas sueltas. Nadie exige nada, cada uno es libre de comprar y elegir lo que le quiera, obvio que si quiere asesoramiento 'pa eso estamos´, pero es bastante light más que club de vinos es un club de amigos borrachos" explica como siempre con mucho humor su fundadora quien detalla que actualmente el club cuenta con 200 miembros pero hay pocos con plena actividad así que risueña confiesa que tendrá que "empezar a presionarlos".

¿Cómo se realiza el proceso de selección de los vinos? "Verdaderamente los elijo porque me gustan, porque tienen algo diferente que dar, siempre son variedades raras, vinos que valen la pena o que no son tan conocidos y que previamente probé obviamente" confiesa con total honestidad Perasso quien describe que en 2020 el Club comenzó con todo y que en 2021 si bien la demanda siguió siendo la misma que el año

anterior se sumaron más competidores en el canal de la venta online entonces "la demanda ante tanta oferta ha quedado un poco baja, pero más allá de eso celebramos que la gente quiera reinventarse cada día, aunque sugiero que lo hagan con criterio porque para vender vino mínimo hay que tener un conocimiento previo, ya que el mundo del vino es muy lindo y cómo tal merece muchísimo respeto".

Sus miembros más que socios son una especie de consumidores "fanáticos del vino que descubrieron este mundo y quieren vinos para compartir con amigos o stock para el fin de semana. En general son consumidores sin tanta vuelta como a mi me gusta. Sugerís, compran, agradecen y comparten felices, hacen que el trabajo de una verdaderamente valga la pena". O mejor dicho, la alegría.