vinetur

WineAmerica lancia un sondaggio tra i soci per ricucire i rapporti con le cantine statunitensi

Il gruppo di categoria punta su briefing politici, sessioni di ascolto e aggiornamenti sulla canapa per rafforzare il coinvolgimento dei soci.

giovedì 24 settembre 2026



WineAmerica ha utilizzato la newsletter di settembre per delineare un più ampio sforzo volto a riallacciare i rapporti con le cantine, ampliare i servizi ai soci e affinare il proprio lavoro di advocacy a Washington, mentre il gruppo di categoria risponde alle

preoccupazioni dei produttori di tutto il Paese.

Nel messaggio, inviato giovedì da Michael Kaiser di WineAmerica, l'associazione ha riferito che il consiglio di amministrazione si è riunito il 16 settembre e si è concentrato su come rafforzare il ruolo dell'organizzazione come risorsa, difensore e voce nazionale per le cantine statunitensi. Il gruppo ha affermato che la discussione si è concentrata sull'ascoltare più attentamente le cantine, tenere i soci informati sulle questioni di politica che incidono sulle loro attività e creare più modi per le cantine di entrare in contatto con l'associazione e tra loro.

La presidente del consiglio Dana Huber ha dichiarato nella newsletter che l'organizzazione vuole che i soci abbiano un ruolo più ampio nel definire i prossimi passi. Huber, vicepresidente per la distribuzione e le relazioni pubbliche presso Huber Winery e Starlight Distillery, ha affermato che la forza di WineAmerica deriva dalle cantine che rappresenta e dalle prospettive che esse portano.

Il messaggio riflette una fase di riposizionamento interno per l'associazione con sede a Washington, che cerca di mostrare ai soci quale valore pratico possa offrire in un momento in cui le cantine affrontano la pressione derivante dal mutamento della domanda dei consumatori, dai cambiamenti normativi, dall'aumento dei costi e da un mercato degli alcolici più complesso. Nella newsletter, WineAmerica si è definita l'unica organizzazione nazionale di base che rappresenta l'industria vinicola americana a Washington, D.C.

Gran parte del nuovo sforzo di contatto del gruppo ruota attorno a un recente sondaggio tra i soci. WineAmerica ha affermato che il sondaggio serve a capire in che modo le cantine vogliono interagire con l'associazione, quali informazioni e risorse sono più utili alle loro attività e cosa desiderano di più da un'organizzazione commerciale nazionale. Il gruppo ha detto che le cantine che non hanno ancora completato il sondaggio hanno ancora tempo per farlo.

Secondo la newsletter, i soci dovrebbero aspettarsi nei prossimi mesi diverse nuove forme di comunicazione o un ampliamento di quelle esistenti. Tra queste figurano aggiornamenti da Washington su questioni di politica federale che incidono sulle cantine e sulle loro finanze, approfondimenti regionali sugli sviluppi nelle aree vinicole

di tutto il Paese, riepiloghi della vendemmia con le prospettive delle cantine socie, analisi post-elettorali su cosa i cambiamenti al Congresso potrebbero significare per il settore e dati di settore pensati per aiutare i soci a comprendere le tendenze del mercato e le questioni di politica che interessano il vino americano.

WineAmerica ha anche detto di voler proseguire una serie di “Listening Sessions”, che ha descritto come un altro modo per i titolari di cantina e il personale di porre domande, discutere le condizioni delle proprie attività e portare direttamente all’associazione le preoccupazioni del settore. Le sessioni sembrano far parte di un tentativo più ampio di creare un contatto più regolare con i soci oltre gli avvisi legislativi e le riunioni annuali.

La newsletter ha posto particolare enfasi sull’advocacy federale. WineAmerica ha detto che, sebbene il Congresso sia in pausa, il suo lavoro sulle questioni di politica che interessano le cantine continua. L’associazione ha affermato di monitorare una serie di questioni federali che potrebbero incidere sulla competitività e sulla redditività delle cantine americane, comprese quelle che ha definito questioni emergenti.

Una di queste questioni, ha detto il gruppo, riguarda i prodotti di canapa a effetto inebriante e il quadro normativo federale in evoluzione che li riguarda. WineAmerica ha spiegato ai soci che nelle prossime settimane intende fornire un approfondimento su ciò che sta accadendo su questo fronte, sul perché sia importante per le cantine e su come il gruppo stia rispondendo a Washington. La newsletter non ha fornito un documento di analisi politica dettagliato, ma la decisione di mettere in evidenza la canapa suggerisce che l’associazione consideri il tema una preoccupazione crescente per i produttori di alcolici mentre i legislatori e i regolatori affrontano prodotti che possono competere con birra, vino e distillati pur operando in base a una struttura giuridica diversa.

L’organizzazione sta inoltre utilizzando una programmazione incentrata su marketing e operazioni aziendali per approfondire il coinvolgimento dei soci. WineAmerica ha annunciato che la prossima Listening Session si terrà il 10 novembre alle 13:00, ora della costa orientale, e sarà dedicata alla strategia social media per le cantine. La sessione dovrebbe esaminare come le cantine utilizzano piattaforme come Facebook,

Instagram e LinkedIn in un momento in cui il marketing digitale è diventato centrale per le vendite dirette al consumatore, la costruzione del brand e il turismo.

L'associazione ha detto che a quella discussione parteciperanno quattro membri di WineAmerica: Jen Cossey, direttore generale di Brooks Wine nella Willamette Valley dell'Oregon; Garrison Kuhl, direttore marketing di Fox Run Vineyards nei Finger Lakes di New York; Ian Consoli, direttore marketing di Tablas Creek Vineyard nella regione di Paso Robles in California; ed Evan Falbaum, direttore marketing di William Chris Vineyard nella Texas Hill Country. WineAmerica ha detto che la sessione sarà gratuita per i soci e aperta a un numero limitato di ospiti in base all'ordine di risposta.

Oltre alla politica e ai webinar, il gruppo sta anche promuovendo quello che chiama il suo Resource Hub. Nella newsletter, WineAmerica ha detto che l'hub online riunisce informazioni provenienti da agenzie federali, organizzazioni di settore e fonti che trattano sostenibilità, questioni di avvio di una cantina e altri temi operativi. Il messaggio ha presentato l'hub come un luogo centrale in cui le cantine possono trovare informazioni di base sul settore e risorse esterne.

La newsletter è servita anche come un appello diretto all'adesione. WineAmerica ha detto che l'iscrizione consente alle cantine di condividere informazioni con colleghi di altre regioni e di altre categorie di bevande alcoliche, confrontare le strategie sui problemi aziendali comuni e unirsi attorno a questioni più ampie del settore. Ha affermato che l'associazione può fornire informazioni preziose, rispondere alle domande, fare advocacy sulle questioni di politica e aiutare i soci a trovare risparmi che incidono sul loro conto economico.

WineAmerica ha detto che l'adesione parte da 500 dollari l'anno o 42 dollari al mese. L'indirizzo postale dell'organizzazione, incluso nella newsletter, è 1380 Monroe Street NW, No. 742, Washington, D.C. 20010.