

# Wine Future 2023 trasforma le sfide del settore vitivinicolo in opportunità

scritto da Redazione Wine Meridian | 22 Maggio 2023



**Correva l'anno 2009 quando si tenne il primo evento di Wine Future a La Rioja, in Spagna.** All'epoca, si trattava di un tentativo di esplorare nuove opportunità in seguito alla crisi economica mondiale, che colpì pesantemente anche il settore del vino; un evento rivoluzionario che mirava a riunire i più grandi relatori, aziende e brand vinicoli del mondo per affrontare le preoccupazioni più pressanti del settore.

Sono trascorsi 14 anni da quella prima conferenza, e **Wine Future si sta preparando per il suo quinto appuntamento** (7-9 novembre a Coimbra, in Portogallo) per aiutare il comparto a riflettere sulle sfide attuali e a raggiungere il suo pieno potenziale. **Abbiamo intervistato Pancho Campo, CEO di Chrand**

**Events e fondatore delle conferenze Wine Future, per saperne di più sulla nuova edizione.**

## **Cosa possiamo aspettarci dalla prossima edizione di Wine Future?**

Wine Future si svolge sempre in concomitanza con l'insorgere di minacce per l'industria del vino o **durante fasi storiche delicate che comportano sviluppi significativi per il settore.** È per questo motivo che, ad esempio, abbiamo dato particolare importanza alle implicazioni della pandemia in Wine Future 2021 e abbiamo affrontato il tema del cambiamento climatico durante la conferenza "Green Wine Future" nel 2022.

Oggi, **l'industria si trova ad affrontare sfide significative: l'economia è in difficoltà e le giovani generazioni mostrano scarso interesse per il consumo di vino.** Per invitare il comparto a riflettere su queste sfide e offrire possibili soluzioni, la conferenza si concentrerà su **8 aree tematiche:**

- **Le conseguenze della crisi economica globale:** le persone (attualmente gravate da difficoltà finanziarie) sembrano essere meno inclini a consumare vino in modo responsabile, con ripercussioni sulle vendite e sui pattern di consumo.
- **L'utilizzo di nuove tecnologie per stimolare le vendite:** il settore del vino ha mostrato una certa lentezza nell'adottare nuove tecnologie per raggiungere un pubblico di clienti potenzialmente più vasto.
- **Coinvolgere nuovi consumatori, in particolare la Generazione Z e i Millennial:** il mondo del vino usa ancora un linguaggio inadeguato che può risultare intimidatorio.
- Cosa possiamo imparare **da altri settori** (come la birra e altre bevande)?
- Esistono opportunità di **maggiore inclusione e diversità** nel settore del vino?

- La **sostenibilità** non riguarda solo l'ambiente: parleremo di sostenibilità umana, sociale ed economica.
- L'uso del **marketing digitale** e dei social media nella comunicazione del vino.
- La **collaborazione con celebrità ed eventi internazionali di musica e sport** può aiutare il settore a raggiungere nuovi consumatori e migliorare le interazioni con gli attuali amanti del vino.

Per toccare questi temi nella miglior maniera possibile, **abbiamo invitato nomi importanti del settore** tra cui **Robert Joseph, Dirceu Viana MW, Martin Reyes MW e Paul Schaafsma di Benchmark Drinks**, l'azienda responsabile del successo di Kylie Minogue Wine.

Quest'anno, a causa dell'estrema polarizzazione politica presente nel mondo del vino (e non solo), **abbiamo deciso di non invitare esponenti politici** (come l'ex vicepresidente Al Gore o l'ex presidente Barack Obama, che hanno partecipato alle edizioni precedenti). Invece, abbiamo scelto di coinvolgere personalità di spicco che possano offrire la loro esperienza a livello mondiale. Fra questi avremo anche **Sir Christopher Pissarides**, vincitore del Premio Nobel per l'Economia nel 2020, e **Bruce Dickinson**, cantante degli Iron Maiden e imprenditore.

## **A chi è rivolto l'evento?**

Le nostre conferenze sono sempre **rivolte a professionisti del settore**, con partecipanti tra cui manager, CEO, importatori e distributori. Quest'anno, la conferenza comprenderà otto panel, tre degustazioni di vino e sei convegni principali.

**Wine Future ha avuto inizio a La Rioja 14 anni fa: ci sono dei temi rilevanti allora che mantengono la loro importanza oggi?**

A mio parere, **tre punti che sono stati evidenziati allora**

**mantengono tutt'oggi la loro rilevanza. In primo luogo, la crisi finanziaria del 2008 non differisce molto dalla situazione attuale** (causata da inflazione, aumento dei costi e conflitto in Ucraina). L'economia globale è estremamente suscettibile oggi, come lo era 14 anni fa, ma con **un'ulteriore sfida: l'enorme inflazione** che ha già iniziato a influenzare le vendite di vino.

Un altro aspetto cruciale riguarda il **digital marketing, una questione affrontata da Gary Vaynerchuk nel 2009 che risulta più attuale che mai**. Nonostante le numerose discussioni sull'importanza di adottare nuovi strumenti di marketing, il settore del vino è ancora in ritardo rispetto ai suoi concorrenti.

Infine, **sembra che il settore continui a ignorare il problema di comunicazione riguardante il vino e tutte le sue sfaccettature**. Ancora oggi, si utilizza un linguaggio inadeguato e intimidatorio, soprattutto agli occhi delle nuove generazioni.