

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 **maggiori 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.