

Flessibilità e leggerezza, parole chiave per il futuro del vino

scritto da Claudia Meo | 9 Febbraio 2021



Per entrare nello spirito del prossimo forum WineFuture 2021, abbiamo rivolto alcune domande a Mike Wangbickler, dell'agenzia Balzac Communications, basata in Napa Valley, che cura per l'evento le attività di digital marketing e public relations. Abbiamo captato il suo condivisibile punto di vista e il suo spirito costruttivo, e li rilanciamo sulla nostra sponda dell'oceano

Balzac Communications & Marketing assiste prevalentemente, dal 1991, clienti nell'area food&beverage, supportandoli nel branding, nella relazioni con i clienti e nello sviluppo delle proprie vendite. Mike ne è Presidente dal 2016.

Mike, negli ultimi 12 mesi abbiamo tutti dovuto fronteggiare condizioni di incertezza e problematiche davvero

imprevedibili. Quale è la tua lettura dell'anno appena trascorso e quali ritieni siano le prospettive per il settore del vino?

Il 2020 è stato un anno davvero difficile per quei settori legati, come il consumo del vino, al movimento delle persone. La pandemia ha costretto gli operatori a ridurre i propri orari di apertura, a molte cantine di tagliare il proprio personale; nella West Coast americana, ma non solo qui, se a ciò aggiungiamo i problemi causati dai pesanti incendi, l'incertezza tariffaria e le tematiche legate ai dazi, credo si possa dire che ci sono stati pochi anni così negativi.

Proprio per questo, però, credo che non si possa che migliorare e si iniziano a intravedere delle prospettive positive. Sul nostro fronte interno, una nuova stagione politica promette stimoli e opportunità; a livello globale, l'avanzata dei vaccini permette di avere prospettive positive. Vedo, negli ultimi mesi, una rinnovata vitalità nei clienti, rispetto ai primi mesi della pandemia, e questo ci lascia ben sperare in una ripresa.

Quali attitudini e quali competenze ritieni saranno più utili per il nostro settore nell'immediato futuro, per superare i lati più oscuri della crisi e sfruttare le opportunità che possono aprirsi?

Flessibilità e leggerezza: il settore del vino soffre di staticità e continua a reiterare da generazioni gli stessi comportamenti. I produttori devono cercare nuovi modi di concepire il proprio business. La differenza la faranno, e la vedranno, i manager capaci di elaborare strategie, costruire piani per gestire le emergenze, "ruotare" e adeguarsi velocemente.

Mike, ci puoi dare qualche anticipazione sul tuo intervento nel Winefuture 2021?

Prenderò parte ad un panel sul digital marketing e sui social

media. E' circa un decennio che parlo di questi temi: va detto che mentre alcune aziende hanno adottato specifiche strategie in questo campo, la maggior parte ha ancora un approccio "basic" in materia. Sono in genere guidate dall'istinto e da un'esperienza empirica e aneddotica, piuttosto che basarsi sui dati. E quel che è peggio, spesso questi temi sono lasciati ad un componente junior dello staff, che non ha preparazione di base nel marketing; spesso queste attività vengono gestite in modo estemporaneo e con poca pianificazione.

In Balzac utilizziamo strumenti accessibili a tutti per auditare i processi esistenti, analizzare i risultati e costruire conseguentemente le strategie più adatte per i nostri clienti. Facciamo in modo che digital marketing e public relations siano posti al centro del business e che possano assicurare continuità e successo a lungo termine.

Il 2020 ha costretto tutti all'isolamento e al distanziamento sociale. Quanto pensi che eventi come Winefuture 2021 possano aiutare gli operatori del settore a scambiare idee, condividere preoccupazioni, prospettive e strategie e superare la distanza imposta dalla pandemia?

Credo molto in Winefuture 2021. E' una opportunità fantastica per ascoltare la voce degli imprenditori. L'impostazione digitale consente flessibilità; la partecipazione non è limitata da spazi o location e ciascuno può seguire comodamente i panel dal proprio ufficio o dalla propria casa.

Certamente, non potremo condividere un bicchiere di vino con gli altri, ma non sarà così per sempre. Ci incontreremo molto presto, e, per allora, mi aspetto una serie interminabile di lunghi e "sconvenienti" abbracci.

Per il programma completo dell'evento, che avrà luogo dal **23 al 26 febbraio**, per scoprire i profili dei relatori e conoscere le modalità di adesione ti invitiamo a visitare www.winefuture2021.com.