

WineFuture 2021 è ai blocchi di partenza

scritto da Claudia Meo | 4 Febbraio 2021



Pancho Campo, di Chrand Events ci ricorda le origini di WineFuture, riportandoci alla prima edizione del 2009, in Rioja, Spagna, e alla finalità di reagire alle sfide della recessione mondiale di allora e agli effetti che quella turbolenza stava avendo nel mercato del vino. La risposta del mercato, sia in occasione del primo evento, sia nella seconda edizione organizzata ad Hong Kong, fu subito di grande entusiasmo. I numeri parlano chiaro: 2000 delegati da più di 60 Paesi, grande affluenza e notevole risonanza dai media.

Al confronto, le difficoltà di allora sembrano oggi ridimensionate di molto.

Il focus che gli organizzatori si sono dati nella organizzazione della edizione 2021, come ci illustra David

Furer, di df consults è stato quello di leggere la complessità della presente crisi, con tutte le sue concause, e la ricerca di soluzioni per fronteggiarle: una pandemia senza precedenti recenti, una conseguente crisi economica, una emergenza climatica che è diventata non più ignorabile, una diffusa instabilità che sta interessando l'intero pianeta in quasi tutti i settori economici; non ultime, disparità sociali che stanno condizionando le prospettive future del pianeta.

Il compito degli organizzatori di Winefuture 2021 è stato paradigmatico, alla luce della sorte che ha travolto tutti gli eventi della wine industry negli ultimi 12 mesi, con cancellazioni, ridimensionamenti, virtualizzazioni e in ogni caso tanta incertezza; che, alla luce dei fatti, faranno sentire il loro effetto anche su buona parte del 2021.

Per chi, come Chrand Events, ha speso gli ultimi 30 anni nella organizzazione di grandi eventi nei settori più vari, è indubbio che la pandemia abbia segnato un prima e un dopo nel settore del vino.

Vedere le cose in modo oggettivo, tuttavia, non ci obbliga al pessimismo; e se da un lato non possiamo negare che l'assenza del contatto personale ci stia abituando ad una distanza che rischia di non essere più solo fisica, è pur vero che l'avanzata del digitale ha democratizzato il mondo degli eventi: i costi di gestione delle conferenze hanno subito una drastica riduzione, rendendo forum e fiere accessibili a tutti. Non avere costi di location, spese di viaggio per i relatori, costi di sistemazione in hotel, spese di food & beverage, consente infatti di ridurre la fee di registrazione del 70%; considerando poi l'assenza di costi di viaggio per i partecipanti, l'evento risulta accessibile non soltanto a CEO, presidenti e dirigenti aziendali, ma anche a tutta l'ampia fascia di persone che lavorano nella filiera del vino, sommelier, studenti, staff di cantina, distributori e importatori.

Le prospettive di fiere e degustazioni nella nuova realtà sarà peraltro oggetto di una specifica sessione del Winefuture 2021, che accoglierà un confronto tra Stevie Kim, Rodolphe Lameyse e Bastian Mingers, in rappresentanza rispettivamente di Vinitaly, Vinexposium e Prowein, moderati dal Master of Wine Martin Reyes.

Usando le parole di David, sarà compito degli organizzatori di eventi per il prossimo futuro rimanere visionari, flessibili e proattivi nel valutare la situazione per come si manifesta e, soprattutto, valutare quali evoluzioni attendersi per il futuro, piuttosto che aspirare ad un ritorno alla situazione precedente. Sarà nostro compito imparare a prefigurare opzioni diverse, intorno alle quali fare perno per prendere le decisioni migliori per i nostri business.

L'evoluzione del digitale sul fronte del nostro modo di comunicare, d'altro canto, era già scritta nei tempi; la pandemia ha soltanto moltiplicato il suo tasso di crescita. Oggi possiamo dire, pur non sapendo come, che certamente la comunicazione digitale figurerà nelle nostre vite molto di più di quanto ha fatto fino a marzo 2020.

Anche lo stesso WineFuture manterrà per certo, nel 2022, alcune componenti architettoniche digitali, i cui dettagli sono ad oggi ancora non prevedibili.

Le linee che hanno guidato gli organizzatori nella scelta dei relatori della edizione 2021 privilegiano come sempre la riconoscibilità della competenza maturata, l'esperienza applicata, l'abilità di comunicare efficacemente, oltre che la rilevanza dei temi trattati.

Ne abbiamo conferma dal fitto programma di interventi che spaziano dagli effetti della pandemia sul mercato del vino, agli approfondimenti sul trade, sui prezzi, sul packaging, sui trasporti; dalla variabilità dei consumi alle prospettive del turismo dei vino; dall'importanza dell'analisi economico-

finanziaria in tempi di crisi alle strategie per l'off-premise e l'on-premise.

E molto altro, per circa 20 sessioni e oltre 60 tra speaker e moderatori, che in 4 giorni si passeranno virtualmente il microfono per dare voce al vino mondiale in un momento senza precedenti, ma proprio per questo, con enormi potenzialità evolutive.

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.