

WineFuture 2021-symposium (23-26 Feb 2021) ([link](#))

Net voor maart vond WineFuture plaats. Misschien heeft die niet zo veel stof doen opwaaien maar als andere events maar het symposium werd gekenmerkt door de deelname van alle 'groten' der wijnwereld. (Belangrijke Gen.-directors van OIV, Unesco, United Nations-Tourism, de financiële wereld, Dit aangevuld met een indrukwekkende schare aan trendsetters uit de wijn-business en meer dan 90 sprekers. Zie meer op de link bovenaan. Het symposium heeft in de voorbije twee sessies een super-reputatie kunnen opbouwen doordat het steeds zeer accuraat de vinger wist te leggen op marktbehoeftes en evoluties. Precies om die reden werd door 'insiders' met grote interesse uitgekeken naar de meningen van tal van de sprekers.

The banner features a dark red header with the text "WINEFUTURE 2021 – VIRTUAL SUMMIT" in white. Below this, on a grey background, are four circular headshots of speakers: David Furer, Pancho Campo, Stephen Rannekleiv, and Mike Veseth. To the right of the headshots are the "Wine Future 2021" logo and the "CHRAND Events USA" logo. Text on the right says: "Has the pleasure of inviting you to the Media Conference to launch WineFuture 2021. The presentation will be followed by a webinar on: 'WINE ECONOMICS & FINANCES IN CHALLENGING TIMES'". At the bottom left, a red box contains the text: "Press Conference & Webinar November 4TH - 5.30 CET".

De slot-résumé weerspiegelde een toekomst in een richting die we allemaal eigenlijk al zagen aankomen maar waarvan we vermoedelijk de impact zwaar onderschatten:

"In-person wine tastings with producers are going away, the wine auction business is moving online, and storytelling is now as important as wine quality." Of

"Persoonlijke wijnproeverijen bij de producenten is aan'tverdwijnen, de wijnverkoop gaat online en het 'verhaal van een wijn' vertellen is nu net zo belangrijk als de wijnkwaliteit."

Het wijnpubliek verjongt sneller dan eerst gedacht

Bilbey, senior Director van Sotheby's, zei ook dat het online publiek jonger is dan het persoonlijke publiek, met bijna 50 procent meer kopers onder de 40 dan voorheen.

"Wat we hebben geleerd, is dat wanneer we nu live verkopen, we ze echt bewaren voor speciale gelegenheden," zei Bilbey. "We plannen dit jaar 50 verkopen; 33 zullen online zijn versus 17 fysieke verkopen. Dit zou altijd komen. Er zijn minder fysieke catalogi, wat beter is voor het milieu. Het fysieke contact zal er zijn. Maar er zal minder van zijn en het zal veel zinvoller en effectiever zijn. "

Een slimme wijnmaker denkt altijd een halve generatie vooruit en je merkt dat de huidige jeugd en jongvolwassenen, veel liever vanuit de sofa winkelen dan in persoon. Die trend gaat geen

uitzondering maken voor de wijn-business. Het verleden heeft ons geleerd dat velen dachten dat je onmogelijk bepaalde items online kon kopen (vb. kleding, etenswaren, auto's...) terwijl dit marktaandeel in sommige gevallen de persoonlijke aankoop al heeft overtroffen. Verwacht wordt dat de corona-vaccinatie deze trend hoogstens even op pauze zal zetten maar daarna gaat de trend gewoon verder.