



Merano Wine Festival, al via l'edizione Digital

Attesa l'impossibilità di svolgere "in presenza" l'edizione 2020 del festival ideato da Helmuth Köcher, venerdì è partita l'edizione online che proseguirà fino a martedì 10 novembre. Ecco di cosa è parlato nelle prime ore



L'edizione digital del Merano Wine Festival 2020 terminerà martedì 10 novembre.

Venerdì 7 novembre ha preso il via l'edizione digitale del **Merano Wine Festival 2020**. Non si è certo fatto trovare impreparato patron Helmuth Köcher che, fin dai primi mesi dell'anno, ha lavorato alla 29^a edizione del suo Festival organizzandola nel pieno rispetto delle normative Covid-19 emanate nel corso di questi mesi.

Fino a settembre il progetto prevedeva il format tradizionale "in presenza", seppure con una partecipazione ridotta di produttori e pubblico per garantire la massima sicurezza sanitaria. La recrudescenza della pandemia del mese di ottobre, tuttavia, ha fatto sì che si optasse per una nuova formula, quella digitale.

«I contenuti sulla piattaforma [Digital del MWF](#) – dice Helmut – continueranno ad essere implementati anche durante i prossimi mesi, promuovendo territorio, prodotti e produttori, sino al prossimo marzo 2021 quando, da venerdì 26 a martedì 30, si svolgerà la 29^a edizione nella cittadina altoatesina».

Merano WineFestival 2020: partita l'edizione digitale



Fittissimo il ciclo di appuntamenti che si susseguiranno sino a martedì 10 novembre e che saranno usufruibili "a distanza", attraverso il sito del MWF.

Il palinsesto di questa quattro giorni digitale dedica al mondo del vino, food and spirits ricomprende eventi, che spaziano dalle conferenze ai tastings, dai cooking show ai virtual tour in azienda ed in territori d'eccellenza, dalle full immersion nel mondo della mixology agli eventi dedicati al B2B.

Interessantissima la tavola rotonda inaugurale dal tema: "**L'economia del vino in tempi del Covid-19. La situazione ad oggi del settore del vino dai tempi del lockdown. Quali i pareri per il futuro?**", che ha riunito ospiti d'eccezione quali l'enologo e produttore **Riccardo Cotarella**, l'imprenditore e produttore **Oscar Farinetti**, il Professore di enologia **Luigi Moio**, il maitre e sommelier **Alessandro Piepero**, l'esperta di economia internazionale **Silvana Ballotta** e molti altri.

Il confronto ha messo in evidenza alcuni spunti interessanti fornendo indicazioni utili per affrontare questo difficile momento per il mondo del vino e del cibo con lo sguardo sempre rivolto al futuro.

Oscar Farinetti: «Fare gruppo e promuovere l'italianità nel mondo»

Ottimista e visionario **Oscar Farinetti**, che sottolinea la necessità di fare gruppo, di saper cogliere i vantaggi del lavorare assieme per promuovere l'italianità nel mondo. Questo andrà fatto non trascurando alcun canale di vendita, dall'HO.RE.CA. alla GDO, dal digitale al contatto diretto con il

cliente. La promozione del territorio dovrà far leva sulla varietà del profilo ampelografico della nostra Penisola e tendere ad offrire una produzione BIO a livello nazionale.

Riccardo Cotarella: «L'importanza della competenza e del “saper fare”»

Riccardo Cotarella prosegue sul tema del vino biologico, sottolineando come ancor più approfondite devono essere le conoscenze da parte del produttore che intende convertire la propria produzione a biologico. Tale produzione richiede necessariamente maggiori conoscenze e competenze da un punto di vista fisico, chimico, biologico di terreni e vitigni; non va dunque approcciato con la falsa convinzione che la natura faccia tutto da sola.

Ottimistica la visione per il futuro: il vino da sempre è stato compagno del genere umano e assieme all'uomo vive i momenti di gioia e di sofferenza.

Durante questi mesi “[Covid](#)”, i canali GDO e e-commerce, hanno saputo limitare i grossi cali dei fatturati, anche se i ristoranti rimangono probabilmente il luogo migliore per la promozione dei vini. Cotarella sostiene che la vendita del vino riprenderà con vigore superata la pandemia, perchè il vino incarna in sé i valori che lo hanno sempre caratterizzato e che lo identificano: gioia, amicizia, stare assieme, studio, viaggio, cultura ecc.

Luigi Moio: «I vini italiani ripartiranno grazie ai loro punti di forza»

Anche **Luigi Moio** sostiene che, superata la pandemia, il mercato del vino ripartirà con forza per recuperare il terreno perduto in questi mesi. Questo ancor più per quanto riguarda i vini italiani, data l'enorme quantità di vitigni che possiede il nostro Paese per la sua fertilità naturale e la diversità di suoli. Questi vantaggi assegnano all'Italia una maggiore identità sensoriale rispetto ad altre nazioni sia sotto l'aspetto varietale che territoriale.

I mesi di Covid-19 consentono, tuttavia, di fare chiarezza su termini che hanno creato confusione nel consumatore: vini veri, in anfora, naturali, artigianali, biologici, biodinamici, fermentazioni spontanee. Il professore sottolinea la necessità di possedere conoscenze approfondite di chimica, chimica organica e del suolo, agronomia e biologia per un approccio meno invasivo nel mondo del vino da parte dell'uomo.

Talvolta sembra essere sfuggita la centralità del vino, l'essenzialità e si è dato valore a ciò che gira attorno ad esso. Va quindi privilegiata la vigna, il territorio, il contatto con la natura a scapito, ad esempio, dell'aspetto architettonico della cantina, della tecnologia in essa contenuta, del packaging, ecc.

Il lockdown tuttavia sembra sia stato percepito dalla natura quale momento di meritato riposo e respiro di “aria salubre”. Le uve raccolte in questa vendemmia 2020 in molte zone d'Italia sono di eccellente qualità e questo fa ben sperare per i vini che ne verranno prodotti; ma anche la campagna stessa ha dato prodotti ortofrutticoli di particolare livello qualitativo e non da ultima, la raccolta olivicola appena conclusa di grande qualità e abbondante.

Incontri e confronti anche in questa edizione del MWF

Il MWF si conferma dunque anche nella nuova veste digitale un momento di incontro e confronto

su tematiche importanti del mondo del vino; momento di formazione a distanza “imposta”, sulle realtà vitivinicole nazionali ed internazionali presenti, ma che potranno essere contattate anche mediante il canale dell’e-commerce.

Data di creazione

08/11/2020

Autore

antonio-lodedo