Conoscere la propria azienda è la prima strategia per affrontare l’incertezza

scritto da Fabio Piccoli | 29 Maggio 2025



Conoscere a fondo la propria azienda vitivinicola è oggi fondamentale per affrontare un mercato incerto. Basarsi solo sulle intuizioni rischia di compromettere le decisioni strategiche. Wine Meridian propone uno strumento operativo e strategico per analizzare in modo chiaro e specifico la realtà economico-finanziaria delle imprese del vino.

Come ben sanno i lettori che ci seguono con costanza non amo, nei miei editoriali, scrivere dei nostri servizi ma in questo caso ho voluto fare un’eccezione perché **ritengo che oggi avere uno strumento adeguato per conoscere in profondità le potenzialità vere della propria azienda sia veramente determinante**.

Continuo ad incontrare aziende che ci cercano per avere consigli, supporti su determinate aree dell'azienda (comunicazione, export, enoturismo), ma **quasi sempre il problema principale è che non conoscono concretamente il loro reale "stato di salute"** e questo spesso li spinge a fare scelte sbagliate o comunque non prioritarie per la propria impresa.

Nella mia esperienza quante volte ho visto imprenditori del vino prendere decisioni importanti basandosi su intuizioni, sensazioni o semplici impressioni? Troppe. Ancora troppe. E non è un problema di volontà o competenza: semplicemente, **spesso manca uno strumento chiaro e coerente che parli il linguaggio delle aziende vitivinicole e che sia calibrato sulle loro specificità**.

Nel vino, purtroppo, troppo spesso si continuano a usare modelli o analisi finanziarie generiche, fatte da chi non conosce davvero le sfide, i tempi e le dinamiche del nostro settore. Il risultato? **Numeri e report che non aiutano a capire davvero cosa sta succedendo dentro l'azienda**, quali sono le sue debolezze e quali le sue potenzialità reali.

Oggi, in una fase di mercato così incerta e complessa, questo diventa un lusso che nessuno può permettersi. **Serve una certezza: conoscere la propria azienda a fondo**. Per capire dove si sta andando, cosa funziona, cosa non funziona, dove è possibile investire e dove invece serve tagliare o ripensare tutto.

Per questo, con Wine Meridian e in collaborazione con Fabio Tavazzani – collaboratore prezioso fin dall'inizio del progetto Wine Meridian e che considero uno dei maggiori esperti di analisi e gestione delle imprese vitivinicole – abbiamo sviluppato un servizio che risponde a questa esigenza.

Leggi anche: Capire prima di agire: uno strumento operativo

per la strategia consapevole nelle aziende vitivinicole

Non è una consulenza qualunque, né una semplice analisi contabile. È uno **strumento operativo e strategico, pensato per il vino**, che ricostruisce con precisione la realtà economico-finanziaria dell'azienda, evidenziando margini reali, sostenibilità del debito, impatto degli investimenti, flussi di cassa e molto altro.

È una fotografia nitida, comprensibile e soprattutto utile per decidere con consapevolezza. Perché solo chi conosce davvero la propria impresa può costruire strategie coerenti con la propria identità e con gli obiettivi di crescita o ristrutturazione.

Chi si affida ancora alle "intuizioni" rischia di sprecare tempo e risorse, peggiorando la situazione invece di migliorarla. **Chi invece decide di mettere i numeri al centro, avrà finalmente uno strumento per affrontare le sfide di oggi** e di domani con maggiore sicurezza e concretezza.

Avere pertanto ben chiare le positività e le criticità della propria azienda significa **diventare finalmente un imprenditore e un manager autorevole e capace di poter gestire al meglio le proprie responsabilità**.

Alcuni anni fa con l'amico Fabio Tavazzani abbiamo scritto il libro "Essere imprenditori del vino oggi: come costruire la nuova classe dirigente del vino italiano" (peraltro ancora disponibile nella sezione Book di Winepeople), ecco: ritengo che il punto di partenza sia proprio nel servizio sopra descritto, che oggi siamo in grado di proporvi.

Punti chiave

- **Conoscere la propria azienda è la base** per decisioni

consapevoli e strategiche nel vino.

- **Affidarsi alle sole intuizioni** porta spesso a scelte errate o non prioritarie.
- **Servono strumenti specifici per il vino**, non modelli finanziari generici.
- **Wine Meridian propone un servizio** che ricostruisce la realtà economico-finanziaria aziendale.
- **Solo chi conosce numeri e margini può costruire strategie efficaci** e sostenibili.