

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.**