# La safety car della pandemia

scritto da Fabio Piccoli | 2 Ottobre 2020

Nell'ultimo rapporto Nomisma sull'industria alimentare post Covid-19, è emerso come solo l'1% degli intervistati ritiene che tutto tornerà come prima quando finirà questa drammatica emergenza.

In questi mesi sono state tante le indagini che hanno cercato di approfondire il tema del dopo Coronavirus e se all'inizio erano molti quelli che ritenevano che le cose sarebbero sostanzialmente tornate alla "normalità" alla fine della pandemia, oggi sono sempre meno quelli che la pensano così.

Il problema, però, a nostro parere, è chiedersi: "Ma com'era prima?". La crisi attuale, infatti, così drammatica e anche "particolare", ha fatto in qualche misura dimenticare quale era la condizione precedente dei mercati e, soprattutto, delle imprese.

A questo riguardo attraverso l'osservatorio "Covid-19", con il quale da alcuni mesi monitoriamo circa 300 aziende di diverse dimensioni e tipologia (cooperative, piccole realtà artigianali, imbottigliatori, ecc.), abbiamo inserito una domanda che riteniamo molto importante: com'era la situazione della tua azienda, nel suo complesso, prima dell'avvio dell'emergenza Coronavirus? Abbiamo dato alle aziende tre risposte possibili: buona, soddisfacente, non soddisfacente.

Ebbene, circa il 30% delle aziende ha dato la risposta "non soddisfacente" e solo il 20% riteneva la sua situazione "buona".

Come sempre, sottolineiamo che questa tipologia di indagini non ha valore statistico ma è comunque utile rilevare come sono molti gli imprenditori che, specificatamente intervistati, non ritenevano soddisfacente la loro situazione pre Covid-19.

Da questa semplice constatazione nasce la perplessità sul significato dell'affermazione "come prima". Ed è questo che ci ha portato in tutti questi mesi di crisi a sollecitare il settore vitivinicolo a non considerare l'emergenza attuale come una sorta di safety car che riporta tutti allo stesso livello di partenza.

Non è così, anzi mai come oggi si vedono amplificate le diversità organizzative delle imprese del vino, i loro punti di forza e di debolezza.

Sempre nel nostro osservatorio abbiamo voluto indagare quali erano le aree aziendali ritenute più deboli da parte delle imprese e al primo posto è risultata l'organizzazione commerciale. In sostanza gran parte degli imprenditori e dei manager intervistati ha evidenziato come la loro struttura commerciale non era all'altezza per intercettare le opportunità del mercato.

Sarebbe pertanto pericoloso, a nostro parere, illudersi che

questa crisi stia cancellando come una spugna magica tutti questi limiti.

L’abbiamo scritto più volte ma questo maledetto Coronavirus è un’acceleratore pazzesco di cambiamenti che comunque erano obbligatori anche all’interno delle imprese del vino.

Ed è chiaro che le aziende che si erano preparate in tal senso prima, oggi appaiono le più resilienti e quelle che probabilmente riusciranno a “scattare in testa” quando la safety car tornerà ai box.