

Mai così tanti auguri da farci

written by Fabio Piccoli | 25 Dicembre 2020



L'unica cosa facile di quest'anno è farsi gli auguri. Sono talmente tanti i motivi per sostenerci che abbiamo l'imbarazzo della scelta.

È chiaro che il primo augurio è quello di poter finalmente uscire il prima possibile da questa terribile pandemia che sta mettendo tutta l'umanità a dura prova anche sotto il profilo psicologico.

Purtroppo dobbiamo prepararci ad un anno che sarà ancora complesso nella speranza che il vaccino possa dare un contributo fattivo alla risoluzione di questa grave emergenza il prima possibile.

Ma attenendoci al nostro amato mondo del vino quali sono gli auspici che vogliamo condividere con i nostri lettori in questo periodo natalizio così diverso rispetto a quelli vissuti nel passato?

Il regalo migliore che vorremmo trovare sotto l'albero di Natale del vino italiano è quello di una migliore capacità di

fare squadra. Sì, sarà banale, scontato, ovvio, ma mai come oggi sentiamo forte il limite delle divisioni all'interno del nostro sistema vitivinicolo.

Mentre stiamo scrivendo si stanno consumando parecchie "guerre" anche nel nostro comparto. Basti pensare a quanto sta succedendo, in quello che potremmo definire un silenzio assordante, nelle storiche colline di Conegliano e Valdobbiadene dove i produttori si stanno sempre più dividendo sul fronte del nome Prosecco.

E che dire delle divisioni che sono sempre più evidenti sul tema dei prezzi di molte nostre denominazioni. Basta andare nei supermercati italiani, una delle poche mete autorizzate nelle sempre più complicate regole dei Dpcm, per vedere quante nostre denominazioni, anche prestigiose, sono oggetto di saldi da liquidazione camuffati da "eccellenti promozioni".

L'abbiamo scritto più volte, non è nostro stile fare della facile demagogia o, peggio ancora, moralismo sui prezzi, ma quando vedi anche delle docg sotto i due euro non ci si può non fare certe domande.

Come abbiamo sempre sottolineato le guerre al ribasso sui prezzi sono solo la punta dell'iceberg di molte nostre denominazioni che faticano a trovare una strategia comune.

Anche nei nostri recenti articoli sui Consorzi di tutela abbiamo voluto evidenziare il problema chiave delle nostre denominazioni: il credere ed investire senza reticenze al proprio brand territoriale. Anche in un 2020 così difficile osservare come molte denominazioni, anche prestigiose, facciano fatica a trovare una strategia comune e, soprattutto condivisa dai produttori, ci appare francamente una follia.

Eppure mai come oggi la denominazione per gran parte delle nostre imprese del vino italiane appare come la casa migliore da difendere, sotto la quale proteggersi e, soprattutto farsi conoscere.

Sempre sotto l'albero, o forse sarebbe meglio parlare di vigna, ci piacerebbe trovare dei brand aziendali più riconoscibili.

Questa grave emergenza ha ancora una volta messo in risalto come le aziende che sono in grado di rimanere competitive anche in situazioni così difficili sono quelle che sono riuscite a costruirsi un brand forte e riconoscibile.

Il problema è che sono poche, troppo poche quelle che ci sono riuscite. E questo non è sempre colpa del trade, dei consumatori, insomma del mercato.

Per questa ragione ci auguriamo che questo difficile 2020 porti alle aziende italiane del vino la consapevolezza che senza avere un'identità capace di farsi conoscere sui mercati, sul target che vogliamo intercettare diventa molto difficile essere vincenti, competitivi.

E per chi ancora oggi si chiede come essere riconoscibile noi diamo una risposta che non vuole essere "evasiva" ma che anzi rappresenta veramente il cosiddetto "uovo di Colombo": avere personalità. È la personalità la base fondamentale sulla quale costruire un percorso di branding efficace. La personalità va coltivata, tirata fuori con coraggio, è frutto anche di un'autoanalisi che talvolta può essere dolorosa. Ma guai a nasconderla o peggio ancora a reprimerla nell'illusione di piacere a tutti.

Certo, è difficile si possa trovare la "personalità" sotto l'albero di Natale se non siete voi a ritrovarla dentro voi stessi, dentro la vostra azienda, dentro i vostri vini, tra le vostre vigne.

Infine, forse è l'augurio più importante che vogliamo fare al vino italiano, in particolare a imprenditori e manager del vino del nostro Paese: avere coraggio.

Molti vi stanno dicendo che il mondo non sarà più lo stesso.

Un'affermazione che, messa così, non ci è mai piaciuta perché delega a terzi il nostro destino. Noi pensiamo, invece, che il mondo si modificherà in relazione a quanto noi vorremo modificarlo e, soprattutto, migliorarlo.

Stiamo vivendo, pur nella drammaticità del momento, una fase veramente rivoluzionaria che ci sta offrendo opportunità di cambiamento straordinarie.

Molti giustamente si chiedono come fare ad intercettare quest'onda di cambiamento e la nostra risposta è che prima di tutto dobbiamo farci trovare, non scappare davanti a quello che ci appare spesso un muro d'acqua capace di travolgerci.

Esiste un modo per non aver paura di un cambiamento così travolgente? Sì, ricordarsi sempre di quello che ci ha spinto nelle nostre vite a fare cose che ci sembravano prima inimmaginabili: l'amore. Sì, anche questa volta sarà l'amore a salvarci.

Tanti auguri cari lettori di Wine Meridian che anche in questo difficile 2020 ci avete manifestato in mille modi il vostro amore.