

La Fase 2 di Siddùra: in vendita le nuove annate dei vini

scritto da Redazione Wine Meridian | 20 Maggio 2020



Per il mondo del vino la Fase 2 è iniziata il 18 maggio. Una data decisiva che segna la ripresa delle relazioni commerciali tra le cantine e i propri partner. [Siddùra](#), l'azienda di Luogosanto, ha atteso la riapertura di bar, ristoranti,

enoteche e tutte le attività che sono state chiuse e fiaccate dal coronavirus, mantenendo sempre un contatto diretto, non abbandonando mai la speranza di una pronta ripresa. **L'inizio di questa nuova fase coinciderà con il lancio sul mercato delle nuove annate dei vini Siddùra. Dal Maìa, il pluripremiato vermentino di Gallura, al cannonau riserva Fòla, passando per il rosè Nudo, Siddùra ha deciso di presentare ai consumatori quei vini che sarebbero stati i protagonisti delle più grandi fiere del mondo.**

Eventi dal Vinitaly al ProWein, che sono stati annullati a causa della tempesta Covid 19, fondamentali per la promozione della Sardegna come terra di grandi vini dal profilo internazionale. "Siamo convinti che nel panorama internazionale del vino la Sardegna rappresenti una delle espressioni più pure del made in Italy – sottolinea Massimo Ruggero, amministratore delegato della cantina -. Gli eventi di respiro mondiale non sono solo una importante vetrina, ma la sede in cui nascono numerose opportunità di crescita. É per questo che abbiamo già confermato la nostra presenza alle fiere nazionali e internazionali che si svolgeranno nel prossimo futuro".

LAVORO NEI CAMPI.

Nel momento della distanza forzata, Siddùra ha deciso di sfruttare la potenza dei social network e il nuovo sito per restare in contatto con i clienti, ristoratori e privati cittadini: tra dirette Facebook, Instagram, newsletter e aggiornamenti sul sito, la cantina ha raccontato i segreti della coltivazione e della vinificazione. Massimo Ruggero, amministratore delegato dell'azienda, ha accompagnato i visitatori virtuali in un viaggio a tappe: dai campi alla cantina, per arrivare alla degustazione delle etichette più note. I live spontanei sono diventati una rubrica fissa online, ogni domenica, su tutte le piattaforme social. "In un momento storico in cui il coronavirus ha stravolto la vita delle aziende e ha colpito soprattutto quel segmento di mercato rappresentato dalle attività Horeca, noi abbiamo guardato con rinnovato entusiasmo alle vendite online – spiega

Ruggero -. Con ristoranti, hotel, enoteche chiusi, abbiamo valorizzato le vendite sul nostro sito www.siddura.com nello shop online. Abbiamo poi puntato su una distribuzione di livello. La tempesta del Covid-19 ha fatto momentaneamente cadere l'intermediazione nel mercato del vino per arrivare ai consumatori finali. In questo periodo abbiamo deciso di raggiungerli in modo diretto".

MERCATI INTERNAZIONALI.

Riprendere la strada percorsa significa anche ritornare su quei mercati internazionali che hanno rappresentato un'opportunità per i vini Siddùra e un palcoscenico per raccontare la storia della Sardegna. Germania, Svizzera e Danimarca sono i mercati che potrebbero fornire per primi nuove opportunità di vendita nel post Covid-19. "Il lavoro sulla comunicazione e l'aver fatto conoscere il nostro brand ci ha aiutati nell'ingresso sui mercati internazionali e ci ha consentito di resistere in questo momento difficile – conferma l'amministratore delegato di Siddùra -. Una crisi di sistema come questa misura le abilità degli imprenditori, in un momento difficile a livello mondiale non si può sperare di virare su altri mercati non toccati dalla pandemia. Il rallentamento è globale, come globale è la visione della rinascita che porterà a nuove strategie, non per recuperare il perduto ma per conquistare il domani".