Siamo tutti instabili, ma non è solo colpa del mercato

scritto da Fabio Piccoli | 26 Dicembre 2024



Il 2024 si chiude tra incertezze e instabilità, ma è il momento di affrontare verità scomode su mercato, comunicazione e enoturismo. La selezione nel settore vitivinicolo sarà inevitabile, ma con coraggio, visione e chiarezza, è possibile trasformare le sfide in opportunità per un 2025 più luminoso.

Non so per voi ma per me questo 2024 è passato ad una velocità pazzesca. Talmente veloce che faccio fatica a fare oggi un elenco dei principali fatti che hanno maggiormente caratterizzato il settore vitivinicolo in quest'ultimo anno.

Si dice che più si invecchia più il tempo scorre veloce, ma non penso sia così. Ritengo, invece, che questa velocità sia dettata da una **caratteristica specifica di quest'epoca: la costante instabilità**.

Un’instabilità che non caratterizza solo i fatti (l’economia, le relazioni sociali, le tendenze di consumo, ecc.) ma che **coinvolge anche il nostro modo di pensare**.

Al punto che mi sento di affermare che siamo diventati tutti instabili. Abbiamo convinzioni che durano talvolta anche meno di un giorno. Abbiamo percezioni “volatili” che faticano a sedimentarsi e a darci spunti concreti nelle nostre azioni quotidiane.

Si potrebbe considerare questa condizione come un’inevitabile reazione alla costante incertezza che stiamo vivendo.

Una giustificazione, quest’ultima, che però, a pensarci bene, è troppo semplicistica e che porta a generare un grande alibi a tutti noi. U**n alibi che ci porta, in particolare, all’immobilismo, a quella pericolosa sensazione di impotenza.**

Ebbene, io mi ribello a questa condizione che non considero assolutamente inevitabile e provo a spiegare il perché, nell’auspicio che questo possa, anche in piccola misura, illuminare il cammino del nostro settore vitivinicolo nell’imminente 2025.

Innanzitutto **siamo instabili perché non sappiamo bene cosa sta succedendo intorno a noi**. O per essere più precisi abbiamo idee sbagliate rispetto a quanto sta avvenendo sui mercati, sulle dinamiche di consumo, sulle aspettative dei consumatori.

La realtà è che non vogliamo sapere nulla, temiamo che la verità che potrebbe uscire sia così negativa che **preferiamo nasconderci dietro le solite superficiali spiegazioni**.

Basti pensare alle spiegazioni che stiamo dando al calo attuale dei consumi di vino.

Di fatto: tutto e il contrario di tutto. Nella migliore delle ipotesi enunciamo solo dei titoli: salutismo, comunicazione del vino noiosa, lo spettro dell’etilometro, giovani fan dei

cocktail, congiuntura economica, guerre e ultimamente abbiamo aggiunto anche la crisi del modello edonistico.

Leggi anche: Crisi del vino edonistico: stanchezza o un cambio di priorità dei consumatori?

Tutti titoli che contengono indubbiamente delle verità ma alle quali nessuno, a partire dal sottoscritto, si è impegnato a dare o almeno abbozzare risposte concrete.

Per questa ragione, intanto lo annuncio prendendomi però un impegno serio con tutti i nostri lettori, **dedicheremo gli sforzi maggiori per dare le nostre risposte al tema della "rivoluzione della comunicazione del vino"**.

Ad essere onesti in questi ultimi anni ci siamo fortemente impegnati sul fronte dello sviluppo concreto dell'enoturismo nel nostro Paese. Pensiamo di averlo fatto con il massimo dell'impegno cercando il più possibile di dare un supporto concreto.

Andando ad approfondire il tema dell'accoglienza enoturistica ci siamo resi conto di un altro grave e pericoloso alibi del nostro sistema vitivinicolo: **dichiarare l'interesse verso l'ospitalità in cantina ma poi non fare quasi nulla per svilupparla in maniera seria**.

Inutile negare che il nostro potenziale enoturistico sta sì crescendo ma, dal nostro osservatorio, in maniera molto più lenta di quanto potrebbe e dovrebbe essere.

Allora, **anche in questo caso esortiamo a guardare la verità senza riserve e paure**: date un voto alla vostra attività di accoglienza e provate a comprendere in concreto quali sono i vostri reali fabbisogni per farla decollare.

Al tempo stesso, **analizzate senza condizionamenti il vostro andamento commerciale**, in Italia e all'estero, e cercate di capire cosa vi frena e cosa vi servirebbe per capitalizzare

meglio le vostre potenzialità.

Non sedetevi nella pericolosa idea (sbagliata) che tutti vanno male. Vi garantisco che non è così, anche se la situazione attuale del mercato del vino non è certo facile.

Ma il sole sopra le nuvole è ancora potentissimo ed è questo che non dobbiamo mai dimenticare, come quando in aereo finalmente "buchiamo la coltre nebbiosa" per aprirci alla luce.

Mi viene quindi facile augurarvi un 2025 con una bella luce che sarà possibile solo se avremo il coraggio di aprire gli occhi senza paura, di accettare anche i nostri limiti per comprendere seriamente quale campionato possiamo giocare.

L'instabilità diventa una condizione permanente solo quando non abbiamo chiaro chi siamo, a quale target rivolgerci e con quali strumenti muoverci.

È vero, oggi sono molte le cantine del nostro Paese che sono prive della tre consapevolezze sopra esposte.

Probabilmente non tutte saranno in grado di avere in tempo le risposte giuste e questo porterà (sta già succedendo) ad una inevitabile selezione.

Questo per tanti aspetti è un processo inevitabile dell'evoluzione di qualsiasi comparto economico, ma quello che dobbiamo assolutamente evitare è che escano dal mercato imprese che con una maggiore visione avrebbero potuto continuare ad essere protagonisti competitivi nella filiera del vino.

Punti chiave

1. L’instabilità del mercato riflette la mancanza di consapevolezza e azioni concrete da parte delle aziende vitivinicole.
2. Serve maggiore impegno per migliorare la comunicazione del vino e capitalizzare il potenziale dell’enoturismo.
3. Non bisogna temere la selezione nel settore: visione e chiarezza possono trasformare le difficoltà in vantaggi competitivi.
4. L’analisi obiettiva dei limiti e dei fabbisogni è cruciale per rafforzare le strategie commerciali e di accoglienza.
5. La luce del 2025 dipende dal coraggio di aprire gli occhi, accettare i propri limiti e agire con determinazione.