Non abbiamo mai venduto una bottiglia di vino….e allora?

scritto da Fabio Piccoli | 27 Febbraio 2025



Essere esperti di vino significa per forza venderlo? Si sottolinea il valore del lavoro di Wine Meridian: analisi di mercato, strategie di posizionamento e supporto alle aziende vinicole. Un osservatorio privilegiato sul settore, con una visione ampia che va oltre la semplice vendita di bottiglie.

Di tanto in tanto capita di imbattersi in critiche che, più che farci indignare, ci fanno sorridere. Recentemente, **un lettore ci ha accusati di non essere affidabili o credibili perché, di fatto, noi di Wine Meridian "non abbiamo mai venduto una bottiglia di vino"**. Un'accusa che, se presa sul serio, dovrebbe portare a rivoluzionare il mondo intero.

Seguendo questa logica, dovremmo forse dubitare dell'affidabilità di un critico cinematografico perché non ha

mai diretto un film? Oppure mettere in discussione il valore di un nutrizionista perché non ha mai aperto un ristorante? O ancora, dovremmo forse pensare che Oliviero Toscani non fosse un grande fotografo di moda perché, in fondo, non ha mai venduto direttamente un maglione di Benetton?

Ironia a parte, **il nostro mestiere non è vendere bottiglie di vino**, ma affiancare le aziende vinicole nelle loro strategie commerciali, aiutarle a posizionarsi nei mercati, analizzare i trend e supportarle nel costruire un'immagine e una reputazione solide. Entriamo nel merito delle loro strategie, partecipiamo ai tavoli di lavoro con i loro export manager, analizziamo listini, posizionamenti e approcci con buyer nazionali e internazionali. Insomma, il vino lo conosciamo bene, lo studiamo, lo raccontiamo e aiutiamo chi lo produce a venderlo meglio.

Ciò che ci distingue è la possibilità di avere un osservatorio ampio e trasversale, che ci permette di spaziare tra diverse tipologie di aziende, dalle grandi realtà industriali ai piccoli vignaioli indipendenti, dalle denominazioni più blasonate a quelle ancora tutte da scoprire. Frequentiamo mercati consolidati, ma esploriamo anche quelli emergenti, cercando di cogliere le opportunità e le criticità di ciascuno. Questo ci consente di avere una visione ampia e articolata, che difficilmente può avere chi lavora in una singola azienda, immerso nella propria realtà quotidiana.

Se fosse vero che solo chi vende direttamente un prodotto può parlarne con cognizione di causa, dovremmo allora smettere di fidarci degli storici perché non hanno vissuto l'epoca che raccontano? O degli allenatori di calcio perché non hanno mai giocato una finale di Champions League?

Il bello del nostro mestiere è proprio questo: **vivere il mondo del vino da dentro**, senza dover necessariamente stappare e vendere bottiglie per dimostrare la nostra competenza. Chi lavora con noi lo sa bene. **Agli altri lasciamo pure il diritto**

di crederci poco: in fondo, la libertà di opinione è sacrosanta.

Non pretendiamo certo di sapere tutto, né di avere in tasca le ricette perfette per ogni situazione. Ci nutriamo di dubbi, siamo consapevoli dei nostri limiti e non abbiamo la presunzione di essere i migliori. **Ma quello che garantiamo è uno sforzo costante**, quotidiano, per dare un contributo concreto al miglioramento del nostro settore vitivinicolo e alla competitività delle imprese del vino.

Continuate comunque a darci i vostri pareri, anche quando sono provocatori: ci aiutano a crescere e a migliorare il nostro lavoro.

Punti chiave

1. **Non vendiamo vino, ma supportiamo le aziende con strategie di mercato e posizionamento.**
2. **Il nostro valore è una visione ampia**, trasversale e indipendente sulle dinamiche del settore vinicolo.
3. **Esperienza, analisi di trend e confronto con mercati globali** rendono affidabile il nostro lavoro nel vino.
4. **Il successo non dipende dalla vendita diretta**, ma dalla capacità di capire il settore e migliorare il business.
5. **Accogliamo le critiche**, perché ci aiutano a crescere e affinare il nostro contributo al mondo del vino.