La comunicazione in tempo di crisi

scritto da Agnese Ceschi | 27 Aprile 2020



Il mondo del vino ha dimostrato di mettere in campo risorse mai sperimentate ed utilizzate prima in questo preciso momento storico e lo sta facendo usando tutti i canali comunicativi virtuali a disposizione per accorciare le distanze con operatori commerciali e consumatori e non perdere quel filo sottile che li lega.

La comunicazione ha assunto in questo momento più che mai un ruolo determinante nell'indirizzare le scelte dei produttori, per questo abbiamo chiesto pareri ed esperienze concrete ad uno dei massimi esperti nel campo della pubbliche relazioni in territorio americano **Gino Colangelo, fondatore di Colangelo & Partners**.

Come la comunicazione sta supportando il mondo del vino durante la crisi generata dal coronavirus?
Il buon vino è guidato dall'esperienza tattile ed è per sua natura un'esperienza molto collettiva, comunitaria. Ora che non possiamo incontrarci di persona, la comunicazione è più importante che mai. Dobbiamo usare la tecnologia (parole, immagini, video), per "sovra-comunicare" in modo da mantenere il nostro pubblico (opinion leader, consumatori). È comunque importante sottolineare che gli amanti del vino stanno ancora bevendo e acquistando alcolici, attraverso canali di distribuzione variegati.

Quanto resiliente si sta dimostrando questo mondo?
Siamo rimasti incredibilmente colpiti dalla resilienza, dall'ingegnosità, dalla fermezza e dagli sforzi dei nostri clienti e dei nostri amici nel settore vitivinicolo per far proseguire le vendite durante questa crisi. Come in ogni crisi, le aziende che gestiscono in modo intelligente e continuano ad essere attive saranno le più propense a uscire dalla crisi prima e più forti.

Mi fa degli esempi concreti di attività che state supportando come agenzia?
Vinitaly International insieme alla nostra agenzia di PR ha lanciato il 13 Aprile, The Lockdown Series, un podcast di interviste video a personaggi come Oscar Farinetti, Lamberto Frescobaldi e altri, entrando nelle loro case e tra le loro abitudini in tempi di quarantena.
Gli eventi "fisici", giocoforza, sono diventati eventi virtuali ma i format trovati stanno producendo risultati ottimi. Dal sommelier Jeff Porter che conduce degustazioni

online sul Chianti Classico a Axel Heinz che presenta i vini della sua Ornellaia in diretta dalla cantina, agli Happy Hour virtuali “coast to coast” che Gary’s Wine fa anche con i vini italiani, i Virtual Tasting su Instagram Live TV e gli Happy Hour online stanno spopolando.
Il mondo del vino, insieme agli esperti della comunicazione e della pubbliche relazioni, sta facendo i salti mortali per resistere ed è un bel lavoro di gruppo!

Cosa ha scoperto sulla comunicazione che non avrebbe mai potuto immaginare prima?
Quanto diversificati, veloci e creativi (WhatsApp, Skype, SMS, Zoom, MS Teams, e-mail, Instagram, Facebook, ecc.), stiamo diventando tutti con le nostre comunicazioni digitali. Quanto la comunicazione digital possa farci sentire vicini gli uni agli altri quando non possiamo essere nello stesso spazio fisico.