

Cantina Social: per sostenere il comparto vitivinicolo serve comunicazione e solidarietà

scritto da Giovanna Romeo | 25 Marzo 2020



La pandemia ci spaventa, mina le nostre certezze, attiva il nostro cervello nel tentativo di trovare soluzioni ad una quotidianità che non ha più nulla di ordinario. Solidarietà, amicizia, sostegno sono le parole che sempre più spesso utilizziamo, consapevoli che l'aiuto reciproco è alla base del nostro futuro, della ripresa economica, della nostra serenità. Si comincia dalla comunicazione necessaria che veicola informazioni basilari, ci dice cosa fare, chi chiamare, ci fa sentire vicini e parte di un sistema. Poi c'è la comunicazione "social", fino a ieri di intrattenimento con contenuti

semplici e godibili.

Cantina Social, realtà digitale che nasce nel dicembre del 2015 con lo scopo di raggiungere e informare persone legate al mondo del vino attraverso una divulgazione consapevole e divertente, lancia un progetto di comunicazione e solidarietà per sostenere il comparto vinicolo. "In cinque anni di attività con un seguito di oltre 100mila persone sulle varie piattaforme online, ci siamo sempre posti come segnale di amplificazione del mondo del vino". Oggi tra gli obiettivi c'è quello di sostenere, e non solo comunicare, un intero settore che dopo la chiusura di ristoranti, enoteche, bar, ha smesso di vendere. Nessuno compra più, le cantine dei produttori sono piene. Anche i distributori, tranne poche consegne a domicilio, subiscono la profonda crisi.

Sebbene il fulcro dell'attività di Cantina Social sia sempre stato quello di creare un canale di informazione sul vino, durante queste settimane ha provato ad approcciare il tema sotto altri punti di vista, dando voce con interviste live, a figure professionali di riferimento nel settore della distribuzione come **Marcello Meregalli**, Meregalli Spa, che con 300 agenti su tutto il territorio Italia e un core business Horeca, salva parte dell'attività grazie alla presenza su importanti catene di vendita nazionali e poche, pochissime enoteche in posizioni strategiche.

"È necessario spingersi oltre" " riferisce Cantina Social " che ha deciso di intervenire direttamente per unire ulteriormente le aziende vitivinicole e i clienti in un progetto interessante e senza alcuno scopo di lucro. **#iorestoincantina** è l'iniziativa a favore di tutti i produttori – alcuni hanno già aderito, altri aderiranno " per mettere in vendita una selezione di vini, una confezione di sei bottiglie rappresentativa della propria cantina, da vendere al consumatore finale ad un prezzo ancora più conveniente di quello di azienda, facendosi carico dei costi di spedizione e destinando almeno il 10% in beneficenza ad un

ente del territorio.

Cantina Social come sempre racconterà i vini e le cantine con video e degustazioni digitali, guidando il consumatore nella conoscenza di territori, etichette, ma soprattutto svuotando le cantine.