

Come costruire una vision aziendale

scritto da Redazione Wine Meridian | 19 Febbraio 2018



Roberto, Fabio, Antonio, Angelo, Elena, Borja, Francesca, Stefania, Lorenzo. Cos'hanno in comune? Il fatto di essere "compagni di scuola"! Certo, si direbbe che tutti abbiano superato da un pezzo l'età per i grembiulini e le cartelle, ma qualche giorno fa, nella nostra sede Wine People, ci è sembrato proprio di essere al "primo giorno di scuola"!

In fondo, i fallimenti attraverso cui ognuno di loro è passato prima di arrivare qui, sono stati **"la molla"** che ha permesso loro di superare delle sfide, e costruire una visione creativa, che ha permesso loro di poter intraprendere progetti imprenditoriali di un certo spessore. Effettivamente, **si vive "di visioni", di immaginazione:** cosa fare, chi incontrare, dove andare, che obiettivi si vuole raggiungere. Avere troppe cose da seguire, non lascia spazio alla creazione di visione e di strategie.

Il lavoro che faremo insieme, sarà quello di **delineare, in maniera quasi sartoriale, la modalità più efficace possibile per poter esprimere la specificità di ogni realtà**

imprenditoriale dei corsisti. Non dobbiamo dimenticare, che oltre alla varietà di vini, alla diversità delle denominazioni che producono, sono ambasciatori di una storia, legata spesso ad una famiglia, ad un territorio (vengono da ogni parte d'Italia, isole comprese!), a un contesto culturale che caratterizza, e arricchisce, inevitabilmente, l'espressione del loro lavoro. Spesso, soprattutto per chi gestisce aziende medio piccole, valutare in maniera obiettiva le possibilità che questo patrimonio di conoscenze ed esperienze può offrire, non è semplice, perché si è costretti a fare i conti con tutte le dinamiche aziendali più tecniche e pratiche, che coinvolgono l'intera filiera. **Riconoscibilità, specificità e identità,** non sono solo parole che fanno rima, ma **concetti che andrebbero scomposti nei loro significati più complessi, e valorizzati,** partendo proprio da quella forza propulsiva che è la visione di una realtà concreta e particolare.

Potrebbe essere un facile slogan, quello di riprometterci di "far diventare i sogni realtà", ma a tutti gli effetti, agli imprenditori che hanno deciso di intraprendere questo interessante percorso di auto analisi e di riscoperta della propria identità aziendale, è proprio questo che insegneremo a fare! Trasformare idee, passione e impegno, in risultati concreti ed efficaci, per poter continuare a sostenere, come sempre, il primato del vino italiano nel mondo.