

Comunicazione digitale e multicanalità. A Gavi vincono i progetti più social

scritto da Giovanna Romeo | 13 Luglio 2021



Processi drammatici e inattesi come la recente pandemia hanno imposto a molte realtà, Cantine, Aziende Agricole e Consorzi di modificare le tradizionali attività di comunicazione, spostandosi sull'ambiente digitale nel tentativo di mantenere il dialogo rivolto alla platea multipla di destinatari: ristoratori, GDO, consumatori. Le chiusure totali, l'impossibilità di vendita (l'invenduto è stato stimato in 220 milioni di bottiglie con un calo medio di fatturato del 30%) o di promozione di nuovi prodotti (le aziende interessate tra quelle interpellate sono state il 51%), hanno imposto di ripensare come raggiungere i destinatari mantenendo il filo di tutte le relazioni costruite fino a quel momento. La digitalizzazione diventa la risposta più ovvia, lo strumento a

disposizione da sviluppare con coerenza per attività di marketing, vendita, eventi intimi come degustazioni ed esperienze virtuali in cantina. Dati confermati da una ricerca commissionata dal **Consorzio di Tutela del Gavi**, “Il vino 2021: One Year After” curata dal **Prof. Massimiliano Bruni** e condotta dallo **Iulm Wine Institute** (IWI) in collaborazione con l’**Unione Italiana Vini**, **Il Corriere Vinicolo** e **Wine News**. La ricerca ha messo in luce la grande resilienza e capacità imprenditoriale di tutti i protagonisti coinvolti, che non hanno subito passivamente le conseguenze di una crisi globale, ma hanno trovato la capacità di adattarsi rapidamente a uno scenario impensabile. *“Risulta evidente come nelle Aziende e nei Consorzi di promozione e tutela vi sia la convinzione di aver appreso esperienze nuove e di aver sviluppato competenze utili – afferma Massimiliano Bruni – così come si è affermata la volontà di portare avanti queste azioni e attività anche nel medio lungo periodo”.* *“Anche alla luce del fatto che – aggiunge **Luigi Bersano**, Consigliere Nazionale di Unione Italiana Vini – il costo di gestione delle attività online è risultato spesso inferiore a quello delle attività fisiche, oltre ad avere un potenziale di diffusione e di contatto assai maggiore”.*

La parola chiave è stata quindi **digitalizzazione**, concretizzatasi attraverso Zoom o i canali social Facebook e Instagram sui quali si sono trasposte le attività istituzionali supportate da giornalisti, blogger e influencer. Molte di queste iniziative sono state “spot”, senza una regia armonizzata; protagonista naturalmente il prodotto. Cambiamenti sostanziali che si spera si mantengano in maniera duratura e strutturale, implementati dall’analisi di nuovi canali digitali, come Pinterest, WeChat e TikTok, dove rimane un ampio spazio di sviluppo (non sono mai stati utilizzati rispettivamente dal 74%, dal 71% e dall’88% degli intervistati) con la possibilità di intercettare nuove platee, e da una pianificazione strategica di lungo periodo sono

L'intervento del **Senatore Gian Marco Centinaio**, sottosegretario al Ministero dell'Agricoltura, sottolinea che chi ha pagato di più durante quest'anno di pandemia sono stati i produttori di vino di livello medio alto, nazionali e internazionali. Grazie alla delega nel settore vino, il Senatore si è immediatamente attivato per valutare criticità e interventi, individuando fondi per iniziative di promozione, dirette ai mercati interno ed emergenti. A tal proposito verranno stanziati 7 miliardi per l'agroalimentare, di cui 1 miliardo e 200 milioni destinati alle filiere in generale, e al settore vino. *"I fondi europei ci sono ma vanno spesi bene – afferma il sottosegretario -. L'Italia così può uscirne rafforzata, grazie anche a una maggiore collaborazione tra ente pubblico e privato. L'enoturismo, sempre di più all'aperto e di prossimità, ha ottime prospettive di sviluppo; le Regioni devono ora ottimizzare la legislazione regionale, un tassello importante per valorizzare aree rurali e a vocazione vitivinicola, regalando emozioni di vita vissuta grazie a un turismo lento e particolarmente interessante".*

Il Presidente Federdoc, **Riccardo Ricci Curbastro**, parla di creatività e di tempo sostenendo che in fondo tutti i progetti del vino sono a lungo termine *«Chi pianta una vigna non ha alcun tipo di certezza e sta pensando a qualcosa che venderà dopo dieci anni. Siamo abituati a guardare al lungo periodo. Per adattarsi c'è voluta fantasia, la capacità di costruire una nuova logistica fino a quel momento impensabile da gestire. Abbiamo smesso di viaggiare ma le bottiglie lo hanno fatto per noi superando tutte le barriere. Aderire a una fiera prevede poca organizzazione, mentre l'organizzazione logistica e organizzativa è molto più complessa per un'azienda e su questo bisogna lavorare. Un assetto nuovo che ha bisogno di una regia che finora non era in capo né ai consorzi né alle aziende".*

Una short di list dei venti migliori casi e un lavoro lungo anno, un premio e 4 menzioni. Questo è stato il **Premio Gavi La**

Buona Italia 2021 che come afferma **Maurizio Montobbio, Presidente del Consorzio Tutela del Gavi**, *“premia anche realtà più piccole dove l’apporto dell’inventiva, della creatività e della fantasia, ma anche della qualità hanno un valore significativo in relazione ai mezzi a disposizione”*. **Il vincitore del Premio** Gavi La Buona Italia 2021 è stato **Banfi** per aver continuato a puntare sul binomio vino e cultura non rinunciando ad organizzare la 23a edizione di Jazz & Wine, appuntamento cult, modificandone l’assetto per poterlo svolgere in presenza. Premiati inoltre l’accordo con Unicredit per l’accesso alla liquidità dei propri fornitori e Il Banfi Brunello Ambassador Club, che accoglie chi ha contribuito – uomini, donne e aziende della ristorazione, della somministrazione e della vendita – a rendere grande il Brunello. Menzione Speciale per **Umani Ronchi** per l’equilibrato mix di azioni online e di iniziative esperienziali volte a coinvolgere i propri clienti a casa con la personale interpretazione di “iorestoacasa, con la jazz playlist e i libri da leggere per connettersi al vino, così come l’iniziativa #welcomeatUmaniRonchi: un virtual tour dalla bottaia, il cuore della cantina. Il **Consorzio Tutela Valcalepio**, premiato insieme al **Consorzio Montefalco** con la Menzione Speciale del Premio Gavi La Buona Italia 2021 per aver saputo gestire, con azioni inclusive e di lungo respiro, la crisi innescata dal Covid-19, ha realizzato per mano di un giovane ingegnere proveniente dal mondo vino, un fumetto sulla storia del Consorzio e della DOC, e una serie di Podcast dedicati al territorio e alle aziende vitivinicole. Con “Montefalco-Spoleto Grand Tour”, vero e proprio format web-tv incentrato sul territorio, i vini e le cantine, il Consorzio Tutela Vini Montefalco si aggiudica l’altra Menzione Speciale. Un senso di comunità ritrovato e amplificato dal Consorzio con l’iniziativa “#sagrantinosplashmob”, un grande brindisi virtuale via Facebook durante il quale produttori ed istituzioni hanno stappato insieme una bottiglia di Sagrantino DOCG, invitando il pubblico collegato da casa, ognuno con la propria bottiglia di Sagrantino, a commentare e inviare foto

della loro partecipazione, ricreando quindi un momento di convivialità, seppur a distanza.

“Quanto messo in atto dal nostro settore negli ultimi mesi rappresenta un primo importante passo – conclude Maurizio Montobbio -, ma anche un segnale incoraggiante per guardare a esempi di successo dai quali trarre apprendimento e ispirazione, così come messo in evidenza dalla 7a edizione del Premio Gavi La Buona Italia”.