Crisi Covid-19: una risposta nelle Reti di Impresa

scritto da Astrid Panizza | 29 Giugno 2020

Durante il **Webinar di Wine Meridian: Mercato del Vino le possibili risposte post Covid-19,** abbiamo parlato del **futuro del vino italiano dopo il periodo emergenziale** e delle possibili **soluzioni** da attuare grazie ai nuovi scenari legati al mondo del vino.

In questo periodo stiamo comprendendo quali possano essere le **strategie** di cui le imprese vitivinicole hanno **bisogno** per **ricominciare** dopo il periodo di emergenza sanitaria dettato dal Covid-19. **Luca Castagnetti**, **economista** che si occupa di **strategie aziendali**, durante il webinar ha presentato una serie di dati sulle **simulazioni di bilancio 2020. L'analisi** è stata fatta su **618 aziende italiane** che superano i tre milioni di euro di ricavi nel settore vitivinicolo e dopo una serie di presupposti, sono stati creati dei **modelli** per capire **cosa potrebbe accadere nel 2020** laddove i **ricavi** delle aziende **diminuissero del 20%.** E' emerso che **senza attuare strategie** per andare a modificare nel breve e nel medio periodo il

modello di azione delle scelte le anziende si troverebbero in **costante perdita**.

I consigli da dare al riguardo sono **evitare la paura** che porta a ridurre o tagliare completamente gli investimenti. Sicuramente ci vuole una **grande sobrietà** in questi mesi, ma la **spending review non deve penalizzare la pronta ripresa.** Sostenere le vendite con l'**aggregazione di più aziende** potrebbe essere una scelta giusta di investimento per una più **efficace internazionalizzazione.** "Mi sono occupato di circa 85 reti di aggregazione nella mia rete professionale – afferma Castagnetti – 30 delle quali nel mondo del vino, quindi ho sviluppato una competenza specifica di cosa significhi lavorare assieme ad altre aziende e comprendo la complessità del tema. Stiamo parlando di **fare delle reti dove si lavora assieme** e si cerca un modo per **unire varie aziende** con cui tramite un metodo di lavoro efficace sareste disponibili a colaborare".

Sono state sviluppate **strategie commerciali** per **creare valore** su alcuni aspetti fondamentali. Alcune strategie di **politica commerciale comune possono** essere importanti per aziende che abbiano sviluppato **presidio di mercati internazionali** e possono aver compreso la **quantità di investimento in tempo e risorse economico-finanziarie** necessarie per fare vendite che generano marginalità all'interno dei conti economici. Presidiare un mercato internazionale, infatti, è difficile, anche perché è **necessario individuare gli importatori giusti.** Tante volte loro sono tanto più bravi tanto più riescono a rappresentare il mondo del vino italiano all'estero e al'interno del vino italiano trovano spazio più produttori. Il fatto di andare **sul mercato internazionale con prodotti complementari,** di zone vitivinicole con vocazioni diverse ma che si riconoscono all'interno di una determinata tipologia di prodotto come fascia di prezzo, qualità, stesso target di riferimento, è un **punto di forza.**

E' impensabile pensare di conquistare nuovi mercati se non si

riesce ad avere un’**offerta ampia che rappresenti più zone vocate.** Una grande azienda quindi può permettersi di avere più tenute in varie zone d’italia, mentre un piccolo produttore deve per forza creare una gamma prodotti mettendosi insieme ad altri.

Serve **chiarezza** per creare le **reti commerciali** e ciò è possibile tramite una **forma contrattuale** che da una parte è **semplice** ma che richiede anche un **lavoro di adattamento.** Le diversità diventano ricchezze, le perplessità problematiche da affrontare e risolvere e in questo confronto emergono approfondimenti che vanno a creare un **clima di fiducia** e sviluppano un contratto di rete dove più imprenditori si obbligano a collaborare all’interno di un programma di lavoro definito.

Se no non c’è un **ambito di condivisione di informazioni,** è come se ogni azienda dovesse scalare l’Everest in solitaria, operazione impossibile. La **contrattualistica** che è possibile mettere in piedi **per realizzare quelle strategie fondamentali per permettere a ciascuna delle vostre aziende di restre sui mercati internazionali esiste**. Si tratta solo di darsi un **metodo** di lavoro.

Noi di **Wine Meridian** siamo qui per darti le **indicazioni giuste** in questo periodo difficile per **uscirne vincente**. Scopri i **nostri consigli** iscrivendoti al **Circolo Wine Meridian**, sapremo darti gli **spunti giusti** per permetterti di fare le scelte migliori.

Per avere informazioni sulle reti di impresa scrivi a: redazione@winemeridian.com