

Digitale e pandemia: resilienza ai tempi del coronavirus

scritto da Emanuele Fiorio | 18 Marzo 2020



In questa situazione di emergenza globale i produttori stanno vivendo angosce e problematiche personali e professionali. **Wine Meridian è vicina alle realtà aziendali e soprattutto alle persone che ogni giorno continuano a lottare e lavorare per non farsi piegare**, soprattutto psicologicamente, da questo momento oscuro.

Dall'inizio dell'epidemia in Italia più di trenta mila persone hanno contratto il virus Sars-CoV-2S e sono in continua crescita le vittime. La Spagna è il secondo focolaio in Europa dopo quello italiano ed anche negli Usa aumentano i casi in

modo progressivo. New York, Los Angeles, lo stato di Washington e la California hanno deciso la chiusura di bar e ristoranti e Las Vegas ha spento i casinò.

In questo clima d'incertezza costante e di distanza fisica imposta, la capacità delle aziende di mantenere i contatti e relazionarsi con i clienti ma anche con collaboratori, distributori e fornitori è vitale e **la necessità di sopperire alle distanze implica uno sviluppo della comunicazione online.**

“Ci vuole buon senso, questa interruzione ci sta facendo scoprire altre metodologie di contatto con i clienti: presentazioni online, previo invio di campioni, delle nuove annate, riunioni su piattaforme online o su skype”, afferma Angelo Morando, direttore export di [Cantine Ermes](#).

“La cantina ha messo a punto tutti i protocolli, lavora, imbottiglia e spedisce. Ci sentiamo vicini ai clienti e anche ai nostri lavoratori facendo seminari e formazione online. A dimostrazione che un mondo un po' vecchiotto e tradizionale come il nostro può diventare smart”.

Questo è il punto nodale, si sta compiendo nostro malgrado la rivoluzione digitale che per anni è stata un miraggio per la maggior parte delle aziende, anche quelle più evolute e tecnologiche. **La pandemia ha costretto tutti a porsi in una nuova prospettiva, a sviluppare strumenti** che già venivano utilizzati ma che erano stati pensati e strutturati per il lavoro in azienda anziché per il telelavoro.

“Si cerca di rispettare le norme di sicurezza, continuiamo a produrre ed essere propositivi. Se non riusciamo a spostarci comunichiamo in altro modo” afferma Giulia Ledda, Marketing & Communication Manager di [Cantine Tinazzi](#) **“vogliamo essere reattivi ai solleciti dei consorzi, dei giornalisti, utilizziamo tutti i sistemi per veicolare il prodotto, il territorio e la cantina.** Promuoviamo prodotti e progetti attraverso i social e gli strumenti che abbiamo per proseguire il messaggio della Famiglia Tinazzi”.

Le strategie possono essere molte, ma **un tratto che accomuna i produttori che abbiamo ascoltato è la tenacia, la voglia di non chiudersi ma di allargare ancora i propri orizzonti anche restando ancorati ad una sedia.**

“In queste settimane ho richiamato tutti i clienti che avevano un appuntamento con me a Prowein” ci testimonia [Matteo Colla](#), export manager “ho chiesto un confronto via Skype perchè molti sono nuovi contatti, per mantenere un rapporto e poter proporre alcuni campioni da degustare o per lo meno per conoscere meglio le loro esigenze. Qualche conferma l’ho avuta, ma sono tutte attività, quelle che sto facendo, per dimostrarmi pro attivo e professionale, ma anche per distrarli e distrarmi da un quotidiano così denso di incertezze”.

Un esempio lampante di come si possa dimostrare attenzione ed essere positivi anche in queste settimane e di quanto **la capacità di strutturarsi sia la chiave del presente e della futura ripartenza**, una volta terminata l'emergenza.

“Oggi anche noi produttori ci informiamo sul web, la nostra percezione è dettata dai ritmi della stampa e di chi riporta dati e analisi via internet” afferma [Erik Banti](#), produttore toscano di Morellino di Scansano, “eravamo partiti molto bene nel 2020, gennaio e febbraio hanno dato segnali molto positivi, ora è il momento di guardare dentro alle nostre aziende per cercare di evitare che una scarsa strutturazione comporti forti danni”.

Resilienza, termine molto spesso abusato e svuotato di significato, in questo frangente recupera pienamente la sua valenza, ciò che è fondamentale ora per i nostri produttori è la capacità di far fronte positivamente all'emergenza, saper riorganizzare la propria attività, restando sensibili alle opportunità senza alienare la propria identità.

“Oggi con l'on-line sul fronte delle relazioni, della comunicazione e della formazione abbiamo degli strumenti importanti che vengono incontro alle nostre attuali esigenze”, dichiara Alessio Durazzi, direttore del [Consorzio Morellino di](#)

[Scansano](#), **“dovremo riuscire a rilanciarci come Paese, quindi l’augurio personale è che creando sistema si possano trovare in maniera positiva dei nuovi ragionamenti coesi, al di là dei soliti campanilismi”**.