

Farina, trasparenti per natura

scritto da Redazione Wine Meridian | 7 Aprile 2016



TRANSPARENCY FARINA VISION 2018

“Abbiamo scelto di avviare questo progetto, Transparency Farina, non come un’azione di comunicazione per cogliere l’attuale tendenza del mercato di chiedere aziende sempre più trasparenti e autentiche, ma prima di tutto perché noi da sempre sentiamo un’esigenza naturale, innata, di raccontarci a tutti per quello che siamo, senza nascondere mai nulla, a partire dai nostri limiti” scrivono Claudio ed Elena Farina, proprietari dell’azienda omonima.

È questo l’incipit del progetto Transparency Farina Vision 2018, fortemente voluto dai titolari dell’azienda Farina, uno dei brand più conosciuti e apprezzati della Valpolicella Classica.

Un progetto decisamente coraggioso che non si limita a dichiarare la “trasparenza” ma ha l’obiettivo di dimostrarla quotidianamente in tutte le fasi produttive, nei processi di trasformazione delle uve, fino ad arrivare alle attività di

commercializzazione.

Una “trasparenza” non solo dei prodotti ma anche e soprattutto delle persone che concorrono con il loro lavoro alla realizzazione, alla comunicazione e alla commercializzazione dei vini Farina.

“Ci siamo resi conti in questi anni” spiegano Elena e Claudio Farina “che quasi sempre quando si parla di trasparenza, di autenticità dei prodotti, ci si limita al concetto di rispetto di un disciplinare di produzione o di garantire, certificare la numerazione delle bottiglie. Questi per noi sono solo alcuni degli aspetti che garantiscono una autentica trasparenza delle produzioni e talvolta, a nostro parere, nemmeno i più importanti. Secondo noi, infatti, essere trasparenti fino in fondo significa anche raccontare chi siamo, cosa facciamo tutti i giorni, quali sono i nostri obiettivi; ma questo deve valere anche per i nostri collaboratori, i nostri fornitori. Non può esistere, infatti, una trasparenza a compartimenti stagni o su tutto o non niente”.

Il progetto, pertanto, ha l’obiettivo di far vivere e percepire la realtà dell’azienda nella sua interezza e senza nessun filtro. “Crediamo molto nella nostra identità e nella forza dei nostri collaboratori, per questo vogliamo puntare su tutta la nostra squadra” continuano i proprietari.

In termini operativi il progetto prevede la realizzazione di un portale costantemente aggiornato ed interattivo dove, ad esempio, tutti i conferitori attuali di uve dell’azienda Farina avranno una scheda personale e saranno “monitorabili” quotidianamente. Chiunque, clienti o futuri tali, collaboratori nel mondo, fornitori, potrà trovare nel sito, quindi, le seguenti informazioni: nome del conferente; foto del conferente e della sua azienda; storia del conferente e della sua famiglia; descrizione del/dei vigneti: zona, superficie, altitudine, sistema allevamento, vitigni, esposizione, suolo; foto e video periodicamente aggiornate

comprese le fasi di maturazione e gestione del vigneto; interviste ai conferenti aggiornate durante l'anno.

La stessa modalità di racconto trasparente dei conferenti vale anche per gli altri soggetti collaboratori dell'azienda, dagli amministrativi ai commerciali, dagli importatori nel mondo ai fornitori di tappi, bottiglie, materiale grafico.

“Ci rendiamo conto e sottolineano Elena e Claudio che si tratta di un progetto molto ambizioso e complesso e, sempre in un'ottica di assoluta onestà e trasparenza, ci siamo dati dei tempi ragionevoli e credibili per poter essere assolutamente pronti e trasparenti su tutti i fronti. Per questo abbiamo dichiarato fin dalla genesi del nostro progetto il 2018 come anno di definizione completa della nostra Transparency Farina. Ma fin da subito metteremo a disposizione di tutti coloro che sono interessati le nostre informazioni, quello che stiamo facendo e anche i nostri limiti perché siamo consapevoli che solo facendo vedere la nostra faccia e di chi lavora con noi con onestà e senza paure potremo essere credibili anche in futuro nei confronti del mercato e dei nostri clienti”.