

Il 2020 che vorremmo

scritto da Fabio Piccoli | 27 Dicembre 2019



Si sta chiudendo anche il 2019. Quest'anno abbiamo deciso di eliminare i commenti di fine anno perché ci sembra che guardare al passato, anche quello più recente non sia più tanto utile.

Non significa ignorare le nostre esperienze, sia quelle positive che quelle negative, ma cercare di non rimanere troppo ancorati ad esse.

Perché se c'è una certezza oggi, tra le pochissime che abbiamo, vi è quella dell'imprevedibilità. Vivere in un'epoca imprevedibile non significa improvvisare, anzi tutt'altro, ma è fondamentale non fossilizzarsi sulle strategie del passato. Quello che poteva essere utile, infatti, nell'anno appena concluso non significa che avrà la stessa efficacia in quello futuro.

Pertanto è essenziale, a nostro parere, non guardarsi troppo indietro e cercare, invece, di avere un atteggiamento costantemente rivolto al presente.

Mai come oggi, infatti, il presente è il luogo in cui ogni imprenditore, manager deve rimanere ben ancorato.

Avere lo sguardo rivolto al passato, infatti, significa non capire nulla di quello che sta succedendo oggi, nessun riferimento, ma rivolgersi anche troppo al futuro significa non solo perdere di vista il presente ma anche sprecare energie in qualcosa di estremamente incerto.

E come si fa a stare nel presente?

Qui parte il nostro primo auspicio per il 2020. Vorremmo fosse un anno dove riusciamo a leggere quello che ci sta succedendo intorno con la maggiore lucidità e oggettività possibile.

E per realizzare questo è essenziale avere un osservatorio, meglio se più d'uno, corretto, adeguato. L'analisi degli andamenti dell'azienda, dell'attività dei nostri collaboratori, delle dinamiche dei mercati, dei comportamenti del trade, degli atteggiamenti dei consumatori/clienti (almeno quelli più vicini a noi), è la chiave imprescindibile se vogliamo essere competitivi.

Chi non ha coscienza reale del proprio presente è destinato a fallire. Ormai lo sappiamo così bene che ogni tentativo di fuga da questa certezza non fa altro che accelerare il nostro declino.

Siamo perfettamente coscienti che non è facile conoscere nei dettagli e comprendere sempre il nostro presente. Spesso non sappiamo le cause delle nostre difficoltà ma altrettanto di frequente non conosciamo nemmeno le ragioni dei nostri successi.

Invece mai come oggi è determinante capire "come funzionano le cose". Mai come nei giorni nostri è essenziale capire le ragioni del successo dei nostri competitori che vanno finalmente guardati come uno "stimolo" e non come un "nemico". È un'epoca, questa, in cui dobbiamo rimanere saldi alla verità, "ingerendo" quotidiane dosi di realismo. Non significa abbandonarsi al pessimismo, tutt'altro, ma tutti i nostri "sentimenti", le nostre azioni devono essere ancorate il più possibile a dati oggettivi.

Ci capita spesso, in questi ultimi anni complessi, di sentire qualche imprenditore che ci dice: "Se dovessi guardare la realtà dovrei chiudere o comunque smettere di investire".

Una affermazione forte, anche comprensibile, che pensiamo sia uno stato d'animo che coinvolge molti imprenditori del nostro Paese.

Ma sta proprio nel ciò che consideriamo "realtà" il tema centrale.

Se dovessimo scegliere cosa regalarci e regalare ai nostri imprenditori e manager del vino per il 2020 è un paio di occhiali affidabili per leggere la realtà per quella che è, senza edulcoranti ma nemmeno senza inutili pessimismi o, peggio ancora, paure.

Da parte nostra noi aumenteremo ulteriormente i nostri sforzi per dare ai nostri lettori una fotografia della realtà del mondo del vino la più nitida possibile ma anche la più vicina a ciò che sta avvenendo concretamente.

Utilizzeremo di più i nostri occhi per guardare da vino, e meno il telescopio. A questo proposito abbiamo aumentato per il 2020 i nostri tour in giro per il mondo non "solo" per dare alle aziende maggiori opportunità di incontro con i buyer ma anche per approfondire la nostra conoscenza diretta dei mercati internazionali del vino, da quelli più storici a quelli emergenti.

Il nostro racconto, pertanto, vi garantiamo sarà ancor più vicino ai mercati, raccoglierà sempre di più ciò che avviene sui marciapiedi di tante città del mondo, quelli solcati quotidianamente dai nostri imprenditori ed export manager.

Ma vorremmo, in conclusione, fare anche un regalo al vino italiano ed è quello di avere più fiducia in se stesso.

Abbiamo spesso, infatti, la sensazione che il vino italiano soffra di una eterna sindrome adolescenziale, con il suo tipico non sentirsi "né carne né pesce".

Se da un lato, infatti, siamo coscienti della nostra straordinaria eterogeneità, alla fine sembra che prevalga una percezione di "medietà", più che di eccellenza.

Il vino italiano, pertanto, dà spesso la sensazione di voler piacere a tutti, costi quel che costi, anche all'interno delle denominazioni più storiche e prestigiose.

È come se non volesse mai riconoscere fino in fondo la sua

identità più autentica.

Questa sorta di “limbo enologico”, a nostro parere, ci dà la sensazione di essere più “flessibili”, “duttili”, ma in realtà quasi sempre ci rende semplicemente più fragili.

Per questo l’augurio finale per il 2020 non può che essere Buona Identità a tutti.