

Indagine coronavirus: diamo voce alle aziende part1

scritto da Redazione Wine Meridian | 5 Marzo 2020



ProWein rinviata a data da destinarsi, Vinitaly posticipato a metà giugno (14-17 giugno). L'emergenza è fattuale e coinvolge tutto il comparto vitivinicolo.

In questo contesto difficile, ci appare prioritario non cavalcare l'onda dell'allarmismo pleonastico, ma dar voce ed ascoltare le aziende del settore, approfondendo le loro impressioni e la loro percezione concreta di questo particolare frangente storico. Per questo stiamo monitorando con un'indagine che proseguirà, opinioni, timori, ripercussioni, strategie delle aziende di fronte all'emergenza mondiale dovuta al coronavirus.

1) Innanzitutto ci può dire quanto l'attuale emergenza Coronavirus sta influenzando nella sua attività?

> Roberta Bianchi, Titolare – [Villa Franciacorta](#)

L'emergenza ci ha portato a rivedere una serie di scadenze ed impegni in essere, eventi e degustazioni in varie città con giornalisti. L'inaugurazione del ristorante "Ela, Osteria in Villa" è stata rimandata. Questa decisione la vedo in un'ottica di rispetto verso gli altri, per dare meno possibilità al virus di viaggiare ed uscire prima da questa crisi e dai danni che stiamo pagando. Non ci sono neppure le circostanze ed il mood adeguato per fare una cena conviviale...si parlerebbe di coronavirus.

> Stefania Sancini – [F&P Wine Group](#)

Fortunatamente in questo momento l'emergenza coronavirus sta influenzando ben poco la nostra attività, lavoriamo molto con l'estero ma spero che non si verifichino ulteriori chiusure perchè si tratta di una filiera che è inverosimile spezzare.

> Paola Binutti, Titolare – S.I.A. Consulting

Al momento non abbiamo avuto alcuna ripercussione per l'emergenza coronavirus, le aziende hanno fatto importanti attività derivate dalle tappe americane di febbraio e marzo 2020. Il problema potrebbe palesarsi più avanti. Gli importatori chiedono di non presentarsi, il Giappone ad esempio, con le olimpiadi nel secondo semestre dell'anno, è bloccato. I viaggi in Cina erano previsti nel secondo semestre e non si sa ancora nulla. Sono comunque ottimista e vedo le possibilità di una reazione positiva nel secondo semestre.

> Manuele Marabini, Export Manager – [Cantine Ceci](#)

Essendo a contatto diretto con il consumo e l'horeca già percepiamo la flessione. L'Italia sta reagendo meglio dell'estero. Ci sono paesi come Corea, Giappone, Cina, Hong Kong, Thailandia che all'improvviso consumano e vivono molto in casa e poco al supermercato. C'è un grande aumento delle vendite on-line su tutti i prodotti, compresa la carta igienica. Noi, lavorando sul canale horeca tradizionale al momento siamo penalizzati.

> Giuseppe Gambino, Direttore vendite e sviluppo commerciale – [Colomba Bianca](#)

Monitoro quotidianamente le situazioni, non è cambiato nulla al momento ma le previsioni non sono rosee. Ho dovuto annullare e spostare molti incontri e questo peserà. Per ora ci stiamo riunendo per contenere i costi del lavoro, delle forniture, tagliando il superfluo per creare un cuscinetto in modo da affrontare la crisi.

> Anisa Abazi, Direttrice marketing e vendite – [Enotria Tellus](#)

Per quanto riguarda l'estero è tutto bloccato al momento, gli ordini sono stati posticipati ed anche le trasferte. In Italia per ora non ci sono problemi. Lo sfuso (circa 60% del fatturato, ndr) è bloccato.

> Andrea Sartori, Titolare – [Casa Vinicola Sartori](#)

Dal punto di vista numerico non tantissimo, le spedizioni sono abbastanza in linea con lo scorso anno e sono caratterizzate da volumi inferiori ma fatturato maggiore. Non c'è ancora una incidenza evidente nei numeri, notiamo più un effetto operativo, ad esempio le fiere rimandate o posticipate. La gestione in previsione di questi posticipi è complicata, sono state cancellate molte visite in azienda ed appuntamenti di lavoro all'estero.

> Luca Rigotti, Presidente – [Mezzacorona S.C.A.](#)

Le conseguenze di questa emergenza le vedremo sul medio termine, la speranza di tutti è che passi in fretta, non solo per il settore del vino ma per tutta l'economia. Spero che si ristabilisca al più presto la serenità, ovvero lavoro con ritmi normali senza continue novità cui far fronte. Per quanto riguarda i numeri, vedremo nel tempo.

> Alessandro Dalle Carbonare, Export Ambassador – [Cantina Orsogna](#)

Domanda che mi ha fatto proprio oggi il mio importatore in Giappone... al momento non ho ancora riscontrato una flessione sui numeri, anzi, ero in stand-by con gli ordini in Cina, li

hanno portati avanti ed hanno mandato il pagamento. Con l'annullamento delle fiere si ridefinisce il modo di relazionarsi con i clienti. Oggi sono in Danimarca, l'aeroporto e l'aereo erano vuoti. Mi pare una cosa un po' gonfiata anche perché i numeri sono allarmanti, ma mi sembra un po' eccessivo. Bolla mediatica? Cospirazione? Non mi sbilancio, ma le ipotesi sono molteplici.

2) Prowein e Vinitaly sono stati posticipati...qual è la vostra opinione rispetto a queste difficili decisioni degli enti fieristici?

> Roberta Bianchi, Titolare – Villa Franciacorta

Concordiamo con la loro decisione. Sono occasioni perse in cui si affacciano tutti i mercati mondiali. E' positivo che siano state rinviate e non annullate, traspare ottimismo.

> Stefania Sancini – F&P Wine Group

Sicuramente vista l'evolversi della situazione piuttosto che andare a fiere col rischio di guardarsi in faccia, meglio averle posticipate con la speranza che la situazione si normalizzi, per poi riprendere a lavorare bene anche se con un po' di ritardo.

> Paola Binutti, Titolare – S.I.A. Consulting

Credo che abbiano fatto la scelta opportuna per evitare di organizzare eventi sottodimensionati. Sulla data del 14 giugno non mi esprimo, potrebbe essere una data in cui in Italia saremo fuori emergenza, ma si tratta di capire se anche i grossi mercati ne saranno usciti, Stati Uniti in primis.

> Manuele Marabini, Export Manager – Cantine Ceci

Era l'unica decisione possibile in questo momento con le linee aeree americane e turche ad esempio che non volano. La Russia sconsiglia i voli per l'Italia, l'India non fornisce i visti. A giugno sarà un disagio e sarà una corsa con agende accavallate.

> Giuseppe Gambino, Direttore vendite e sviluppo commerciale –

Colomba Bianca

Brutta notizia, la decisione di ProWein è sembrata coerente perché non hanno dato ancora una data. Vinitaly invece ha posticipato e definito la data del 14 giugno, ma siamo sicuri che non ci sarà emergenza? Noi non siamo sicuri di partecipare dopo aver investito già tanto per la rassegna di Aprile. La domanda rimane: Usa e Cina verranno in Italia a giugno? Non credo che sia oggi il momento per affermare che a giugno sarà tutto tranquillo.

> Anisa Abazi, Direttrice marketing e vendite – Enotria Tellus
La partecipazione a ProWein non era nei nostri programmi. VeronaFiere è stata costretta a posticipare Vinitaly ed ha fatto bene a prendere questa decisione. Resto dubbiosa sulle nuove date (14-17 giugno, ndr) perché di conseguenza i buyer inizieranno a lavorare da settembre, anziché in aprile quando solitamente si lavorava già in previsione del periodo estivo.

> Andrea Sartori, Titolare – Casa Vinicola Sartori
I posticipi di ProWein e Vinitaly sono doverosi. Prima ancora delle decisioni relative alle fiere, gli enti di gestione avevano avuto diversi meetings cancellati. A Giugno ci saremo per dare manforte alla fiera, alla città di Verona ed al nostro comparto. Tra l'altro anche Vinexpo Hong Kong (che doveva tenersi dal 26 al 28 maggio, ndr) è stata rinviata all'8 luglio. La domanda che ci poniamo è come riusciremo ad organizzare le agende di aziende ed operatori.

> Luca Rigotti, Presidente – Mezzacorona S.C.A.
Su Vinitaly la decisione è pienamente condivisa; lavoriamo assieme a tutta la filiera per dare un segnale di coesione e presenza.

> Alessandro Dalle Carbonare, Export Ambassador – Cantina Orsogna

Quando è stato pubblicato il comunicato che dava per certo il Vinitaly nelle date ufficiali, mi è sembrata da subito una notizia troppo prematura. Secondo me abbiamo voluto scavalcare

il ProWein nei tempi di rinvio, ma potrebbe rivelarsi un azzardo. La decisione di Prowein andava presa con questo tempismo, mentre per Vinitaly potevano attendere. C'è da dire che parlando col mio importatore danese ho percepito anche sollievo in un certo senso perché alle fiere, in particolare Prowein, ormai si va con agenda programmata e tutti i meetings sono fissati, non ci sono più grandi sorprese. Il mio importatore ritiene anzi che sia quasi ora di finirla di investire tutti questi soldi e settimane nelle fiere dal momento che si possono fare incontri online ed inviarsi campioni. In sostanza, si può fare tutto anche senza fiere e investire di più nel visitare le aziende ed incontrare i produttori.

3) L'emergenza coronavirus di fatto alimenta un quadro di incertezza che da alcuni anni sta caratterizzando anche il nostro settore vitivinicolo. Con quali strategie state gestendo una fase storica così complessa?

> Roberta Bianchi, Titolare – Villa Franciacorta

Siamo tutti un po' impreparati e non abbiamo una ricetta pronta. Vogliamo lavorare molto con l'informazione e per ora gli ordini, anche oltreoceano, ci vengono confermati. Bere un buon calice e in un momento speciale si può fare anche a casa in maniera magari più intima. Alcune attività dovranno essere aiutate da noi con dilazioni sui pagamenti. Mettere al centro le relazioni e mantenere la comunicazione e l'informazione con i clienti è essenziale e vitale per entrambe le parti. Sarà l'occasione per riflettere con umiltà sulle cose della vita e trovare un approccio ancora più vero verso le cose.

> Stefania Sancini – F&P Wine Group

L'azienda vuole lavorare bene sul territorio del nord Italia e sta espandendosi nella penisola ed all'estero. Non abbiamo risentito molto sinora degli stravolgimenti e dei cambiamenti a livello globale. Strategie ad hoc per affrontare questi nuovi contesti non le abbiamo ancora messe in campo a livello di investimenti, ma da un anno abbiamo iniziato a lavorare sul

territorio per posizionare su un livello più elevato il brand grazie alla nostra rete agenti. Vogliamo comunicare in modo diverso il vino, su canali differenti. Il nostro obiettivo è creare vetrine multimediali con i nostri prodotti, spot radio, eventi in terrazza, proporre l'immagine e la bottiglia in una veste particolare. Uscire dalla percezione classica del vino.

> Paola Binutti, titolare – S.I.A. Consulting

Visto che non possiamo andare dall'importatore, sta diventando complicato anche dal punto di vista umano. Usare strumenti social e conference call è possibile anche per quanto riguarda le degustazioni in conference call inviando preventivamente i campioni. Potrebbe funzionare da volano per far vedere la propria realtà aziendale.

> Manuele Marabini, Export Manager – Cantine Ceci

Non riesco a risponderle perché stiamo ragionando su che strade percorrere. Fino alla settimana scorsa eravamo tranquilli e ora stiamo valutando come muoverci.

> Giuseppe Gambino, direttore vendite e sviluppo commerciale – Colomba Bianca

Noi con il prodotto confezionato siamo sul mercato da 5/6 anni, ma prima eravamo forti con lo sfuso per imbottigliamento. Sul fronte Brexit, dazi, corona virus, abbiamo cercato di parare il colpo stando al passo con i tempi con alcune novità: appassimento, storytelling, una vasta gamma di prodotti. Non crediamo in particolari strategie qualora si fermi tutto. Siamo solo fiduciosi che si trovi una cura al virus.

Cerchiamo di essere presenti con molte referenze (circa 50) per coprire le necessità dei vari mercati.

> Anisa Abazi, Direttrice marketing e vendite – Enotria Tellus
La nostra strategia è puntare su formazione, diversificazione prodotti e packaging, promuovendo le attività in cantina.

> Andrea Sartori, titolare – Casa Vinicola Sartori

Il coronavirus è una emergenza nuova che aggrava una situazione già complessa. Il coronavirus è un fatto eccezionale ed in quanto tale passerà. Bisogna però reinventarsi, cambiare approccio e modo di comunicare, svecchiare, rinfrescare packaging e fare un gran lavoro di rinnovamento su tutto il fronte della produzione veneta che fino ad oggi ha saputo gestire bene i mercati, ma necessita ora di uno sviluppo ulteriore.

> Luca Rigotti, Presidente – Mezzacorona S.C.A.

Per ora abbiamo evitato i dazi statunitensi, lavorando bene con le varie associazioni, i ministeri, l'Europa. Ci sarà la revisione ad ottobre ma le basi sono positive. Diamo forza all'economia vitivinicola italiana facendo fronte comune a livello di filiera, lavorando assieme a tutte le rappresentatività che compongono il mondo del vino, condividendo obiettivi comuni e coinvolgendo istituzioni e ministeri. Questo va fatto non solo nei momenti di emergenza. Lavorare assieme dà forza e risultati nel contesto generale dell'economia globale, non solo nel comparto vino.

> Alessandro Dalle Carbonare, Export Ambassador – Cantina Orsogna

Io credo molto nel consolidare il rapporto con il cliente (personale e di business), grande o piccolo che sia. Credere nel cliente, fidelizzare, seguirlo, investire tempo e denaro per supportarlo. Non ci interessano vendite spot, ci impegniamo nelle relazioni, anche con i clienti stessi dell'importatore.

Capisco che adesso ci siano agende incartate, ma bisogna aprirsi ed innovarsi. La mia azienda crede molto nei vini naturali, biodinamici, senza solfiti, che vadano oltre il biologico. In questo senso c'è fermento e di fatto si sta accorciando la forbice tra vini naturali fatti male e vini tradizionali pieni di anidride solforosa. I prodotti migliorano e bisogna saper leggere oltre: la prossima frontiera sarà negli Usa il "low calories wine" ad esempio.