La cooperazione italiana unisce le forze contro l’emergenza

scritto da Agnese Ceschi | 11 Maggio 2020

Come sta affrontando questa crisi economica derivata dall’emergenza Coronavirus il sistema della cooperazione italiana? Lo abbiamo chiesto ad alcuni degli attori del mondo della cooperazione, tre realtà sul territorio italiano tra le più interessanti e virtuose, membri della rete di imprese The Wine Net: **Cantina Valpolicella Negrar** (Veneto), **Cantina Frentana** (Abruzzo) e **Cantina Vignaioli del Morellino di Scansano** (Toscana).

Da subito le tre realtà hanno improntato la gestione dell’emergenza sanitaria con estrema serietà e disciplina, attivando tutte le forme di protezione necessarie e prescritte dalla legge, ed impiegato per molti dipendenti l’uso dello smart working, dove necessario, e senza attivare le procedure

degli ammortizzatori sociali.

Sotto l'aspetto economico sono cambiate notevolmente le cose per tutte e tre le cooperative, che hanno mantenuto insieme alle altre membre della rete The Wine Net un costante dialogo in questi mesi per scambiare opinioni, consigli operativi e strategie per il futuro.
"Le perdite causate dal blocco totale del punto vendita e quasi totale del canale Horeca – spiega **Sergio Bucci**, direttore della cantina toscana – non sono compensate dall'incremento di circa il 20% del canale Gdo". Situazione simile per la Cantina veronese, il direttore **Daniele Accordini** ci racconta: "Sotto l'aspetto economico sono cambiate notevolmente le cose, con il blocco totale dei tre punti vendita e del canale Horeca compensato da un incremento di circa il 10-15% del canale Gdo e dei Monopoli esteri".
Diversamente dalle altre due cooperative, l'abruzzese Cantina Frentana non ha mai chiuso "né i nostri due stabilimenti produttivi né i relativi punti vendita al minuto" ci spiega il direttore **Felice Di Biase**. "Lo abbiamo fatto anche per dare un servizio ai nostri soci e ai clienti che potevano recarsi in cantina per la spesa, attivando inoltre un servizio di consegna a domicilio per i comuni limitrofi. Inoltre, intensificando promo e attività legate all'e-commerce per tutto il territorio nazionale il nostro shop on-line, solo ad aprile, ha superato l'intero fatturato di tutto il 2019" spiega il direttore Felice Di Biase.

Sul piano dei **mercati internazionali** "ogni Paese ha reagito con temporalità e sensibilità diverse" racconta Daniele Accordini, direttore della cooperativa della Valpolicella. "Gli Stati Uniti, ad esempio, sono stati colpiti per ultimi dall'infezione del virus e nella fase iniziale si sono dimostrati poco sensibili ed ottimistici, mentre poi sono diventati estremamente rigidi. Nei Paesi dove vige il Monopolio, Canada e Nord Europa, le vendite sono proseguite con regolarità. La parte più importante per noi è stata fino

ad oggi la Gdo italiana che ha incrementato le vendite con nuovi inserimenti di prodotti, anche se i consumatori tendono a scegliere i vini della fascia più economica, visto il triste momento di crisi che l'Italia sta vivendo".

Come sono cambiate le abitudini di consumo e come si assesteranno nel prossimo futuro? "Le occasioni di incontro nel prossimo periodo saranno maggiormente confinate nelle mura domestiche e probabilmente le vendite in GDO e all'asporto si manterranno in crescita" racconta Sergio Bucci, direttore della toscana Vignaioli del Morellino di Scansano. "Molti più italiani si sono avvicinati agli acquisti online e questo mercato, anche se non diventerà importante come in altri Paesi, mostrerà dati di crescita. Uno dei maggiori limiti sarà la scarsa disponibilità di denaro, da parte di cittadini e delle aziende, e questo condizionerà la capacità di consumo e di spesa".

"Ci troviamo come in una corsa di formula1, dove prima c'erano in testa Ferrari e Mercedes con un distacco di un giro dalle altre macchine, ora a causa di un incidente è entrata in campo la safety car così tutte le auto si sono riallineate" aggiunge Daniele Accordini. "**Tante domande ora ci occupano la mente: la ripartenza sarà con le stesse regole?** Ritengo che le nuove esperienze forzate del consumatore verso nuovi vini avvantaggino la cooperazione, in questo caso anche The Wine Net: sta a noi gestire questo sorpasso conquistando la fiducia del consumatore con una qualità elevata e costante".

Ed infine c'è anche spazio per una **maggiore consapevolezza del sistema**, ma anche di **quello che l'uomo, prima che il professionista, ha compreso** in questa emergenza.
"Penso che mai come in questo periodo storico ci è richiesta la capacità di resilienza. La geografia commerciale del vino nel mondo sta cambiando, stanno cambiando le esigenze, i consumi. Più avremo la capacità di assorbire questi cambiamenti, di andare incontro alle nuove richieste, più riusciremo a meglio ricostruire la nostra storia e quella

delle nostre aziende. A ciascuno questa pandemia avrà tolto qualcosa. Tutti avranno vissuto esperienze diverse. Mi piace pensare però che a tutti avrà donato la capacità di rimettere l’uomo al centro. Solo così potremmo costruire dalle macerie qualcosa di diverso e migliore”.

E aggiungiamo, infine, che anche **cooperando, il motivo per cui la rete di imprese The Wine Net è nata, potremo insieme uscire da questa emergenza**.