Le cose non torneranno come prima ma noi ce la faremo con coraggio e responsabilità

scritto da Agnese Ceschi | 15 Aprile 2020

Il futuro per ora è solo una nuvola che cambia costantemente e velocemente forma man mano che i giorni passano e che l'emergenza avanza. Non sappiamo quali saranno le sue sembianze e forse lo scopriremo solo quando ci saremo esattamente dentro.

Fronteggiare una così grande incertezza non è facile, soprattutto con la consapevolezza che le cose non torneranno come prima, ma siamo tutti chiamati ad una presa di coraggio e responsabilità. Questo è il parere di **Donatella Cinelli Colombini**, proprietaria di Casato Prime Donne a Montalcino e Fattoria del Colle a Trequanda, oltre che presidente dell'associazione nazionale Le Donne del Vino. A lei abbiamo chiesto cosa ne pensi di questa situazione e come la stia

affrontando.

Come state facendo fronte a questa emergenza?
Siamo tutti a casa e dobbiamo restarci. Purtroppo l'Italia tra tutti i Paesi del mondo ha vissuto per prima l'emergenza ed è stata colta impreparata. Parlando da produttrice, non posso che denotare come purtroppo questa situazione ci abbia colto di sorpresa e non sia stata preparata e organizzata in anticipo per poter lavorare da remoto nel modo più efficiente, ma stiamo provando a riorganizzare il lavoro nel modo giusto.
Inoltre c'è un problema di tipo agronomico pratico: quando potremo gestire la prossima vendemmia? Dal punto di vista commerciale: come cambierà la vendita del vino e come cambieranno i consumi? Queste sono alcune delle tante incognite a cui stiamo cercando di dare delle risposte.

Come sta reagendo il mondo del vino italiano dal Suo osservatorio?
Le rispondo da presidentessa dell'associazione Le Donne del Vino, dunque di una particolare categoria di produttori di vino: appunto quella che raccoglie il mondo femminile.
L'approccio tra uomini e donne è diverso. Quando facciamo riunioni con gruppi misti, si comprende molto chiaramente come l'approccio femminile sia quello che tende a continuare a fare azioni di marketing e comunicazione, mentre l'approccio maschile sia quello di guardare a problemi contingenti più pratici e cercare di avere da parte degli enti pubblici delle rassicurazioni nell'immediato. Io credo che questi due approcci possano aiutarci, solo se vanno insieme di pari passo.

Quale è la reazione dei vostri partner commerciali internazionali?
C'è uno sconcerto generale. Porto l'esempio degli Stati Uniti, un mercato molto importante per il vino italiano, dove c'è stata la sorpresa di trovarsi in una situazione così grave, reazione probabilmente ingenerata anche dalla condotta del presidente Trump che fino ad un certo momento ha forse

“sottovalutato” e supportato con una comunicazione a tratti fuorviante la portata dell’epidemia.

C’è qualche mercato in cui avete qualche luce accesa?
Qualche spedizione sta partendo, ma credo che ragionevolmente si possa pensare che i primi mercati che ripartiranno siano Cina, Corea e Giappone.

Come state facendo fronte all’emergenza come Donne del Vino?
La nostra prima reazione è stata quella di dare alle socie chiuse in casa un messaggio di incoraggiamento per spingerle a contribuire con un’azione di miglioramento della società.
Le abbiamo incoraggiate a realizzare dei tour virtuali delle loro aziende, in cui parlano della propria realtà e portano in un tour della cantina gli spettatori virtuali.
Stiamo cercando inoltre di dare una forma virtuale al Progetto Future, un contributo formativo delle imprese alle future generazioni di Donne del Vino

Cambierà qualcosa nel futuro de Le Donne del Vino dopo questa emergenza?
Quello che stiamo capendo di importante è che la struttura stessa dell’associazione cambierà in futuro. Diventerà non solo un’associazione, ma una rete di connessioni che fornirà servizi e possibilità di networking. In futuro non avrà possibilità di sopravvivere chi non è immediatamente utile agli altri.
Con questo spirito il primo progetto che abbiamo messo in atto è Ganbei, che ci ha permesso l’acquisto di materiale sanitario in Cina che attraverso l’Ambasciata italiana è arrivato in Italia e arriverà nelle prossime settimane con altri carichi di materiale.
Chi spera che le cose tornino come prima, non è solo un sognatore ma anche pericolo per sé e per gli altri. L’unica strada è affrontare con coraggio un futuro difficile preparandosi.

Pensa che l’e-commerce sia un canale utile che continuerà in

futuro?
Non c’è dubbio. Come azienda ci siamo mossi cercando di aprire canali e-commerce con player più idonei e poi stiamo potenziando il nostro club aziendale con cui inviamo un paio di spedizioni a settimana.

Pensa che l’Italia del vino, quando potrà ripartire, ricomincerà dall’Italia?
Penso che sia troppo poco. Il mercato turistico vale intorno ai 230 miliardi di euro. Il turismo è il primo mercato di esportazione del vino italiano, il più immediato. Nella stragrande maggioranza il vino nei ristoranti viene bevuto dai turisti. Non può bastare solo l’indotto portato dal consumatore italiano.

Che messaggio darebbe ai colleghi produttori?
In questo momento credo che la cosa più utile da fare sia riprendere in mano il controllo di gestione dell’azienda e fare una nuova analisi in vista del futuro. Le aziende vanno riorganizzate facendo un’analisi immaginando un altro tipo di scenario.
Bisogna lottare con tutte le forze e prepararsi al futuro con coraggio e senso di responsabilità.