

Perché la flessibilità è una dote importante oggi più che mai

scritto da Agnese Ceschi | 14 Aprile 2020



Come stanno cambiando le strategie di business nell'era del Corona Virus?

Trovare nuovi modi di assicurare il business in una fase così instabile dal punto di vista sanitario e socio-politico sembra quasi impossibile.

In questa "nuova normalità" sia i consumatori che il business si stanno adattando e modificando le abitudini. Perché in fondo la flessibilità e la capacità di reinventarsi sono la migliore dote che oggi possiamo avere.

Tante iniziative, nuove e creative, stanno sorgendo per far fronte all'emergenza, in alcuni casi anche molto fantasiose o molto solidali. Come l'iniziativa di **Diageo e Bacardi**, che, insieme ad altri produttori di bibite alcoliche nel mondo, hanno annunciato di voler modificare la produzione nelle loro distillerie e si stanno attrezzando per produrre 8 milioni di unità di disinfettanti per mani per la salute dei lavoratori di tutto il mondo.

E se la solidarietà è virale, così anche le buone idee. [Wine Intelligence](#) ci racconta alcune delle strategie più interessanti prese qua e là nel mondo.

Virtual socialising

#SparkleAtHome è il nome della campagna nazionale lanciata dal

[Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOP](#)

che incoraggia gli italiani a godersi e condividere un aperitivo virtuale insieme. La campagna è stata estesa anche ai consumatori virtuali americani, incoraggiati ad adottare la tradizione dell'aperitivo alle 6 del pomeriggio, cosa che potrebbe supportare i ristoranti o i wine bar locali nell'incentivare la consegna a casa.

Crowdfunding

Alcune realtà del settore ristorazione e wine bar hanno attivato campagne di raccolta fondi per supportare gli stipendi dei dipendenti in cambio di crediti o voucher da utilizzare per acquisti futuri. **Sager and Wild** che ha due ristoranti wine bar a Londra e **Terroir**, wine bar di New York, ad esempio hanno adottato questa strategia che gli consente di supportare il proprio team. costruire una connessione con la comunità locale e indurre future visite al locale non appena sarà riaperto.

Eventi virtuali

Un esempio è la [Portugal Wine Week](#) che si è tenuta durante la settimana in cui si sarebbe dovuto tenere ProWein. Organizzata dal retailer online Adegga, l'evento si è svolto tramite una serie di interviste con i produttori di vino presentati dal wine specialist Andre Ribeirinho.

Maggiori rassicurazioni

In Cina, per rispondere all'aumento delle richieste di cibo ordinato online in conformità alle rigide linee guida legate alla contaminazione, molti ristoranti stanno includendo una garanzia "rassicurativa" che mostri la temperatura di coloro che sono entrati in contatto con il cibo, la sua preparazione, confezionamento o consegna.

Cambiamento della regolamentazione nazionale o statale

In Inghilterra e Australia le leggi sulla competizione sono state allentate per permettere ai principali supermercati di condividere dati operativi con i competitor, e addirittura in

alcuni casi condividere le risorse della catena di distribuzione, come magazzini e camion delle consegne. Allo stesso tempo Tesco ha dichiarato che pagherà i fornitori, che normalmente ottengono i pagamenti entro 14 giorni, molto prima: entro 5 giorni.

Nello stato di New York i ristoranti che hanno l'autorizzazione a vendere cibo take away possono ora vendere anche vino d'asporto in deroga autorizzata dalla New York State Liquor Authority.

Chissà che queste idee possano essere da spunto: sicuramente l'esperienza di alcuni può essere di aiuto a molti, oggi più che mai.