

Siddùra: baluardo di fiducia e tenacia

scritto da Emanuele Fiorio | 19 Marzo 2020



Wine Meridian è in campo ogni giorno per ascoltare e trasmettere vicinanza alle aziende, un megafono per dare voce al grande cuore e al sacrificio dei nostri produttori.

Tenacia, ottimismo, visione, consapevolezza: l'intervista a **Massimo Ruggero, Direttore generale [Siddùra](#)**.

Con quali strumenti e modalità mantenete i rapporti e la comunicazione con i vostri clienti, distributori e partners?

E' un momento particolare dove bisogna seminare, incoraggiare e sostenere i nostri partners e sviluppare strategie che potranno esserci utili nel momento del rilancio. La protagonista principale rimane la comunicazione che permette di tenere vivo un mondo attualmente caduto, in parte, nello sconforto. Ecco perché, attraverso i social e le newsletter, vogliamo continuamente essere vicini e mantenere il rapporto con i nostri partners ed i consumatori.

Coronavirus ma anche global warming, Brexit, dazi Usa, quali strategie state adottando per gestire questo difficile frangente storico?

È tutto difficile ma le cose facili sono per tutti e quelle

difficili per pochi. In questo momento si naviga a vista, ma non bisogna perdere la bussola dell'ottimismo.

È una delle poche volte dove le strategie non possono avere certezze ma ci si deve fidare anche delle sensazioni, consapevoli del fatto che ogni periodo storico presenta delle crisi e che tutto ciò fa parte del mondo della produzione.

La grande fortuna di Siddùra è data dal microclima, dai vitigni autoctoni che sono nati per combattere le avversità e da un team che non ha assolutamente voglia di arrendersi.

Per quanto riguarda il mercato, quali sono i cambiamenti più evidenti che state riscontrando?

I cambiamenti sono tantissimi, ma c'è un fattore positivo: il consumatore non è disposto a rinunciare ad alcune sue abitudini, sono i mezzi da usare per ottenere il soddisfacimento dei propri desideri che sono cambiati. Non abbiamo, in questo momento, una forza vendita fisica, ma i nostri agenti sono online. E' una delle poche volte che, probabilmente, il mondo giudicherà tutta questa comunità definita "socialmente connessa in modo differente perché chiusa all'interno della rete" utile e funzionale. È la comunità che darà una grande mano ai consumi, trasformando così il virtuale in reale.

Abbiamo parlato di crisi e difficoltà ma in questo momento sono necessari spirito di sacrificio e positività. Lei intravede degli aspetti di crescita in questo difficile momento?

I cinesi dicono sempre che crisi significa chance. Su quanto sta accadendo, ci sono state mille discussioni e considerazioni: chi ha pensato che è una crisi voluta, c'è chi ritiene sia inaspettata. In realtà, il tempo di reazione per poter uscire dalla crisi sicuramente contribuirà a cambiare i comportamenti sociali del consumatore e le sue priorità. Ci vorrà tempo per riconquistare la serenità e riequilibrare le priorità della vita. Ipotizziamo una rinascita, dopo ogni grande sconvolgimento c'è la ricostruzione associata

generalmente ad una riconquista del benessere.

Avete da poco pubblicato il nuovo sito e vi avvalete di una piattaforma e-commerce, pensate che gli strumenti digitali in questa fase possano avere un rilievo maggiore?

Il sito è essenziale, nel mondo del marketing e della vendita rappresenta la carta di identità, la presentazione, il tuo curriculum, la tua identità reale e dà la possibilità al consumatore di poter valutare abilità, prodotti e qualità.

L'e-commerce, in questo momento, è la porta virtuale che ti dà la possibilità di entrare nel mondo reale di Siddùra.

L'accoglienza in azienda (anche attraverso il museo e il negozio), come state gestendo questo aspetto al momento?

Ovviamente rispettiamo quanto stabilito in questo momento dal Governo italiano che non prevede visite di gruppo. Possiamo però raccontare cosa succedeva a Siddùra fino alle limitazioni attuali: abbiamo creato un modo particolare e prezioso di visitare la cantina, attraverso il quale si ha la possibilità di vivere la filosofia aziendale, diventare contadini e agricoltori per una intera giornata. Vivere il mondo del vino dal campo alla creazione del prodotto e apprezzare tutto questo attraverso una degustazione di alto livello. Questo è quello che abbiamo fatto fino a oggi e che riprenderemo a fare appena possibile.