

Wine Meridian amplia l'informazione

scritto da Fabio Piccoli | 7 Febbraio 2020



Vi sarete accorti in questi ultimi due giorni che abbiamo aumentato le notizie della nostra newsletter e, più in generale, gli articoli nel nostro magazine.

Per la nostra redazione non è uno sforzo di poco conto ma siamo felici e orgogliosi di impegnarci ulteriormente al fine di garantire non solo maggiori informazioni ai nostri lettori ma anche un supporto più concreto ed operativo agli imprenditori, ai manager della filiera vitivinicola che oggi stanno fronteggiando una delle fasi socio-economiche più complesse della nostra storia moderna.

Non bisogna essere osservatori acuti per comprendere, infatti, come si stia attraversando una fase di grande incertezza e l'attuale emergenza sanitaria, partita dalla Cina, si aggiunge ad un quadro che era già alquanto complesso. Basti pensare le minacce sui dazi dell'amministrazione Trump e la perdurante

incertezza sul fronte Brexit.

Ma anche quest'ultime due "nubi", di fatto si erano addensate in un cielo sempre più difficile da decifrare.

Lo ripetiamo ormai dal 2008, quando iniziarono le prime avvisaglie di una crisi economico-finanziaria di portata epocale, che il nostro mondo non sarebbe stato più lo stesso.

Lo abbiamo sempre ripetuto, però, e ci sentiamo di farlo anche adesso, non con toni catastrofici, o peggio ancora apocalittici (come ci capita ogni tanto di leggere o di sentire anche da parte di qualche nostro amico produttore) ma con l'animo aperto e preparato di chi è pronto ad accogliere le sfide e le conseguenti opportunità.

Ma la prima sfida da accogliere è quella della conoscenza e della competenza. Per questa ragione noi abbiamo deciso di aumentare ulteriormente i nostri sforzi cercando di regalarvi un giornale ancora più ricco e soprattutto utile.

La nostra mission editoriale, infatti, è da sempre incentrata sul concetto dell'utilità, del servizio concreto ai nostri lettori.

Cerchiamo, con tutti i nostri mezzi, di offrire una "traduzione" dei fatti, delle analisi, delle opinioni, delle esperienze che arrivano da vari fronti e fonti all'interno del mondo del vino.

Abbiamo pertanto ampliato sia la nostra redazione sia le nostre fonti di approvvigionamento delle informazioni cercando di privilegiare sempre, come è nostro stile, le "notizie dal marciapiede", cioè tutto quello che viene raccontato da coloro che quotidianamente vivono i mercati del vino, nei diversi ruoli che ricoprono.

Mai come oggi, pensiamo, è fondamentale investire in competenze per combattere anche il mare di disinformazione che circola anche nel nostro ambiente.

Le fake news, infatti, non sono solo quelle rocambolesche che affollano con frequenza impressionante il web, ma sono anche quelle che in maniera più subdola e sottile raccontano i fatti in maniera distorta, non utilizzano fonti autorevoli, hanno l'obiettivo di generare paura e disorientamento.

Essere spaventati e disorientati in fasi storiche come questa è estremamente pericoloso perché è fondamentale mantenere una adeguata lucidità, necessaria per affrontare le problematiche con obiettività e razionalità.

Noi siamo fermamente convinti, e ci dispiace ogni tanto osservare come qualcuno ancora non se ne sia reso conto, che è assolutamente finita l'epoca dell'improvvisazione.

Nei giorni scorsi, a questo riguardo, parlando con un gruppo di manager del vino, riguardo l'opportunità di acquistare alcune analisi di mercato, un paio di essi si sono così espressi: "A noi non servono, a meno che non ci consigliate di fare qualche lettura prima di andare a dormire".

Se era una battuta non la si può ritenere particolarmente felice, se invece era un pensiero vero, allora c'è veramente da preoccuparsi.