



Il vino italiano oltre il Covid-19

Un instant book per aiutare produttori e manager del vino ad orientarsi in una delle fasi più difficili anche per la vitivinicoltura italiana. Il ricavato delle vendite andrà alla Protezione Civile del Veneto



Quale sarà l'impatto di Covid-19 sul mondo del vino? E come affrontare al meglio i cambiamenti che inevitabilmente ci saranno, in modo da superare la crisi e creare nuove opportunità per il settore?

A queste domande hanno provato a rispondere **Flavio Geretto**, export director di Villa Sandi SpA, e **Fabio Piccoli**, direttore responsabile di Wine Meridian, nel loro instant book "Il vino italiano oltre il Covid.19", da oggi scaricabile dal sito di Wine Meridian, al costo di soli 7 euro che saranno devoluti alla Protezione civile in Veneto: un manuale che è uno strumento concreto ed operativo per capire il momento attuale, individuare i possibili scenari futuri ed elaborare strategie di rilancio.

«Abbiamo deciso di scrivere questo libro», spiegano i due autori, «per dare un contributo a tutti coloro che operano all'interno della filiera del vino per riuscire ad orientarsi in una delle fasi più dif-

ficili della nostra storia moderna. Il nostro obiettivo era fornire una chiave di lettura il più obiettiva possibile della realtà attuale, sia dal punto di vista delle aziende produttive che da quello del trade, e incoraggiare gli imprenditori e manager e tutti gli operatori



Flavio Geretto, Fabio Piccoli

**IL VINO ITALIANO
OLTRE IL
COVID-19**

della filiera a guardare alle difficoltà di oggi anche come una nuova importante opportunità per essere più competenti e più competitivi».

L'impatto dell'epidemia. Dal produttore al consumatore

«Abbiamo ritenuto fondamentale», spiega Flavio Geretto, «valutare gli effetti del fenomeno in tutti i segmenti di clientela, dall'horeca al retail, dal grossista nazionale al distributore internazionale, dal negozio online fino al consumatore finale. Importante anche, nella prima parte del libro, l'analisi dei fattori causa/effetto che hanno impattato sul settore. La seconda parte, invece, riguarda cosa cambierà nel mercato del vino una volta che questa fase sarà conclusa e si potrà riprendere una vita normale. Su questo punto siamo fermamente convinti, ci saranno dei cambiamenti permanenti, che saranno imprescindibili sia dal punto di vista del produttore che dal punto di vista del consumatore.

«Nella terza parte, infine», continuano gli autori «abbiamo preso in esame "cosa deve cambiare", perché da questa emergenza stanno emergendo anche limiti che il nostro sistema vitienologico aveva ben prima dell'arrivo di questa pandemia. È proprio qui che i produttori di vino e tutto da soggetti passivi dovranno diventare soggetti attivi, cioè spetterà a loro decidere cosa devono cambiare nella loro mentalità e concetti, per affrontare e leggere nel modo migliore i cambiamenti che si verificheranno, le tendenze che potrebbero venirsi a creare». P.T.