

La sfida al Covid L'agricoltura diventa digitale

Degustazioni in smart e prodotti tipici sul web
«L'unico modo per reagire e restare sui mercati»

IL CONVEGNO

Strategie e sviluppi al centro dell'incontro dell'Unione Agricoltori

Come reagiscono le aziende agricole e vitivinicole di fronte all'opportunità della digitalizzazione al tempo della pandemia? Numerosi gli spunti e i punti di vista emersi a Siena dal convegno di Unione Provinciale Agricoltori dal titolo «Vendite e marketing, la trasformazione digitale ai tempi del Covid». Presenti produttori, imprenditori, docenti universitari, esperti di e-commerce e fiere ed esponenti del settore bancario, tutti protagonisti di testimonianze su come i rispettivi mestieri siano completamente cambiati a causa del Covid-19.

Dalle testimonianze è emerso come il digitale, anche in agricoltura, sia una necessità non differibile che offre opportunità e soluzioni. E' così anche nelle cantine è arrivato lo smart working; la degustazione si fa online e non in presenza e l'enoturismo prova a resistere, pur ancora più last minute di prima: aziende del territorio come San Felice (Castelnuovo Berardenga), Rocca delle Macie (Castellina in Chianti) e Boschetto Campacci (San Gusmé), hanno spiegato come hanno provato a reagire ad un contesto di crisi inedito.

Di cambio di visione e di certi paradigmi che sembravano con-

solidati hanno parlato docenti universitari come Alberto Mattiacci (Università La Sapienza di Roma), Luca Toschi (Università di Firenze) e Angelo Riccaboni (Santa Chiara Lab dell'Università di Siena e Fondazione Prima), capaci di offrire una visione, sia dal punto di vista del marketing («fare un prodotto di qualità non è più sufficiente, dobbiamo imparare a fare il nostro lavoro in modo nuovo», secondo Mattiacci) che sociologico («non conosciamo cosa abbiamo davanti, dobbiamo dare significato all'analisi per permetterci di capire/reagire e ridurre l'insostenibile frammentazione comunicativa in cui viviamo» secondo Toschi).

Il tema centrale è dunque come essere online, approccandosi ad un mercato mondiale e senza confini. Con il convegno di Upa sono arrivati a Siena utili testimonianze di colossi mondiali quali Alibaba e Vivino, presentando i loro progetti di espansione che puntano sull'agrifood e sull'Italia perché negli Stati Uniti, in India o in Canada è da noi che cercano quando si tratta di bere e mangiare. Occasioni stimolanti che gli agricoltori e i vignaioli del territorio sono chiamati alla difficile sfida di interpretare e fare proprie nel percorrere la complessa quanto obbligata strada del 4.0, perlustrando anche nuove forme di dialogo con il sistema bancario, rappresentato al convegno da esponenti di Banca Monte dei Paschi e Unicredit.

Giovanni Pellicci



In tempi di Covid, le degustazioni non si svolgono più in presenza

