

FARINA E IL PROGETTO TRANSPARENCY



Trasparenza, onest , autenticit , fiducia, verit , aprire le porte della cantina per mostrarsi fino in fondo pubblicamente, l'importanza della persona che lavora in azienda e dei valori che rappresenta: queste sono solo una parte delle parole e delle frasi usate come slogan che ci sono state comunicate da Claudio ed Elena Farina, dell'azienda Farina di Pedemonte a Verona. Hanno pure dichiarato, attraverso una nota stampa: "Abbiamo scelto di avviare questo progetto "Transparency Farina" non come un'azione di comunicazione per cogliere l'attuale tendenza del mercato di chiedere aziende sempre pi  trasparenti e autentiche, ma prima di tutto perch  noi da sempre sentiamo un'esigenza naturale, innata, di raccontarci a tutti per quello che siamo, senza nascondere mai nulla, a partire dai nostri limiti". Ecco, l'impressione invece   che ci siamo trovati di fronte ad una vera e propria azione di marketing. Nulla di male per carit , le cantine vivono di azioni di marketing. Con un pressing a livello di stalker da parte dell'ufficio stampa per la pubblicazione dei pezzi (mi sono presa la briga di leggere tutti gli articoli pubblicati on line, e tutti a parte uno, sono dei copia-incolla dal comunicato stampa). Forse dopo questo articolo non mi inviteranno pi  ma vivaddio, siamo dei professionisti che sanno fare il loro mestiere o siamo degli scolaretti ai quali passare il compito e redarguire poi se ancora non   stato fatto il nostro dovere, ovvero pubblicare il pezzo? Mi sono persa qualcosa, vivo in un altro mondo? Temo di s . E poi, anzich  riempirci la bocca con parole cos  ricche di significato morale, perch  non chiamiamo i fatti con il loro nome? Personalmente trovo che il progetto Transparency sia una genialata di strategia di comunicazione, un'ottima campagna di promozione, chapeau a chi l'ha concepito. Ma di questo si tratta, a mio modesto e discutibile parere. Allora, direte voi, ci vuoi dire finalmente di cosa si tratta? Per tre anni i cugini Farina hanno raccolto dati sui loro conferitori (loro hanno sette ettari vitati di propriet  in Valpolicella e si avvalgono di una rete di conferitori fino a 70 ettari, per arrivare ad un totale di 1 milione 150 mila bottiglie, la maggior parte destinate all'estero), schedandoli con foto, storia e tutte le informazioni sui loro vigneti. Hanno anche girato un video, coinvolgendoli. L'entusiasmo e la simpatia di Claudio sono davvero contagiose e seppure alcuni non erano estremamente contenti di apparire, alla fine hanno ceduto. Stesso discorso per i collaboratori, per i fornitori, per i partner (a proposito, come mai manca absit daily, alias wine meridian?), per gli importatori che sono stati messi sotto i riflettori. Andatevi a vedere il sito, farinatransparency.com e poi ditemi se non sono stati bravi: c'  da imparare.