

Data: 04.11.2022 Pag.: 34
 Size: 507 cm2 AVE: € 38532.00
 Tiratura: 18657
 Diffusione: 376000 Lettori:



CORPO & MENTE MONEY

DI MATTEO CANÈ

7 REGOLE per guadagnare

Sogni di metterti in proprio e avere successo? Segui i consigli di Angelo Lella, ex sportivo oggi imprenditore nel settore del vino che in piena pandemia ha lanciato **Maia Wine**, la sua linea di spumanti

In un periodo storico segnato dalla crisi economica e messo ancora più in ginocchio dalla recente pandemia, Angelo Lella 39 anni di Bolzano, è andato decisamente controcorrente. Dopo anni passati sulle piste d'atletica a correre i 400 ostacoli, ha lavorato nel mondo dei locali notturni come PR, ha fondato un'agenzia di comunicazione, si è lanciato nel mondo della moda e, poi, ha deciso di provare con il vino.

Angelo, svelaci il tuo segreto: come sei riuscito a passare con successo dalla discoteca alla moda e poi al vino?

Il merito è dell'atletica e dei 400 ostacoli, la mia specialità. In pista come nella vita di tutti i giorni e a maggior ragione in quella imprenditoriale, ti puoi trovare davanti a degli imprevisti che devi affrontare al meglio se vuoi riuscire a superarli. Non puoi fermarti ma devi continuare a correre, ripianificando la tua strategia e dosando bene le energie, sia fisiche sia mentali, se vuoi arrivare al traguardo. Perché puoi saltare bene 9 ostacoli ma se sbagli il decimo è come se non avessi corso.

Insomma, ci vuole un fisico bestiale per fare l'imprenditore?

Bestiale no ma devi essere in forma anche dal punto di vista fisico, fare una vita sana e mangiare bene. Non puoi fare tardi tutte le sere e pensare che non si ripercuota sul tuo lavoro.

Gli ostacoli della pista però li vedi arrivare, crisi economica

e Covid, invece, sono arrivati all'improvviso. Eppure, in piena pandemia hai lanciato Maia Wine, uno spumante che si è distinto sia per qualità sia per l'ottima strategia comunicativa: come ti sei regolato?

In realtà una produzione di vino inizia mesi prima del lancio e proporsi in quel periodo, è stata una sfida che io e i miei soci abbiamo raccolto con entusiasmo convinti che, nonostante tutto, ci fossero i margini per fare bene. In un momento in cui molti avevano congelato budget e iniziative marketing, siamo andati nella direzione opposta.

Rischio calcolato o una pazzia?

Di sicuro nella vita di un imprenditore c'è poco ma non puoi improvvisare, devi avere il fiuto per sapere quando attaccare e quando è meglio aspettare. Per farlo al meglio ci sono 7 regole di marketing che pur essendo conosciute da tutti spesso non vengono applicate.

Quali sono le 7 regole che chi fa imprenditoria dovrebbe sapere e come le hai applicate?

1) Identificare un'opportunità di mercato. Un ambito, dove ci sia margine di crescita. Nel caso di **Maia Wine**, ci siamo orientati nella zona del Garda meno affollata e competitiva rispetto ad altre aree geografiche italiane, come per esempio quella del prosecco. **2) Posizionarsi nel segmento corretto.** La nostra scelta di produrre spumante e non un'altra tipologia di vino, deriva proprio da



Wine, è inutile fare pubblicità a casaccio su riviste o pagine web che non sono in target con la tua offerta, ma nell'ambito del lifestyle devi essere, invece, una presenza costante e attiva, creare contenuti e promuovere attività ad hoc! Devi riuscire a coinvolgere il cliente, proporre un punto di vista originale e riuscire a influenzare il contesto sociale. **6) Pianifica a lungo termine.** Un imprenditore viene spesso fregato dall'entusiasmo e dalla voglia di fare ma ogni

passo, anche un lancio pubblicitario che può sembrare di minor conto, deve essere valutato attentamente. Parlo per esperienza personale quando dico che non si tratta di uno scatto ma di una maratona in cui saper dosare le energie risulta fondamentale. **7) Devi avere le armi corrette.** E per armi mi riferisco a quella connessione tra persone, eventi e risorse (denaro, personale, ecc.) che fanno la differenza. Senza quelle, è finita.

3) Lavorare sul tuo brand.

In Italia abbiamo ottimi prodotti ma poco appetibili dal punto di vista commerciale. La qualità da sola non basta. Quello che fa la differenza è l'esperienza legata al prodotto. Le aziende si concentrano oggi ancora nel costruire prodotti piuttosto che marchi e questo li costringe a una battaglia sul prezzo nel tempo deleteria. **4) Serve una strategia.** Devi essere coerente con il posizionamento, il target, le caratteristiche di prodotto e con il canale distributivo. In Italia, invece, la cultura del marketing non è ancora dominante e sono tanti gli imprenditori che copiano strategie che non gli appartengono, appannaggio di brand multinazionali che invece possono permetterselo. Così, si finisce per investire male le proprie risorse. **5) Devi avere una visione ed un messaggio chiaro.** Se fai un prodotto lifestyle come Maia

quali aree di mercato ritieni vincenti nonostante la crisi? Senza dubbio la nostra realtà, cioè quella del Food&Beverage, e il mercato immobiliare. Comprare sotto prezzo quando il mercato del mattone lo consente, ottenere una rendita indiretta grazie a una locazione e rivendere una volta che i prezzi sono tornati a salire, è ancora un'ottima strategia.

Quali aree di mercato ritieni vincenti nonostante la crisi?

Stiamo programmando una nuova linea ancora top secret che molto probabilmente vedrà la luce al prossimo Vinitaly. Per scoprire tutte le novità che ci riguardano, invito i lettori sulla nostra pagina IG: @maia_wine.

A proposito di strategie: la prossima iniziativa di Maia Wine?

Stiamo programmando una nuova linea ancora top secret che molto probabilmente vedrà la luce al prossimo Vinitaly. Per scoprire tutte le novità che ci riguardano, invito i lettori sulla nostra pagina IG: @maia_wine.

LIFE COACH



MARIO FURLAN Docente di Motivazione e crescita personale all'università Bicocca di Milano

Invia le tue domande a mario@mariofurlan.com

Sono l'amministratore dell'azienda di famiglia ma né il né a casa vengo ascoltato. Eppure ciò che prevedo si verifica sempre. Sono destinato a predicare inutilmente?

Saverio, 53 anni
 È la legge della familiarità: tendiamo a non dare retta a chi abbiamo vicino, e ad

ascoltare con più attenzione gli estranei. Sai quante volte i titolari di azienda mi chiedono di fare uno speech motivazionale per i loro collaboratori dicendomi: «So che lei dirà le stesse cose che dico da sempre, ma lei verrà ascoltato, mentre io invece no». Cerca una terza persona che possa aiutarti a far entrare ciò che ti sta a cuore

nella testa di chi ti sta vicino!

I miei genitori hanno un'azienda, ma non vogliono assumermi. Così io resto disoccupato mentre loro potrebbero sistemarmi, se solo volessero... è scandaloso!

Riccardo, 21 anni

Mettiti bene in testa che nessuno ti deve niente. Sei maggiorenne e non puoi pretendere nulla dai tuoi genitori. Al massimo avrai la tua parte di eredità quando moriranno. E, invece, ora che tu ti assuma le tue responsabilità. Se chi ti ha messo al mondo non ti vuole in azienda ci sarà un motivo, non ti pare?

© RIPRODUZIONE RISERVATA