

Dashboard del Rischio Reputazionale

Analisi Strategica per F.lli Gancia S.p.A.

Valore Annuo a Rischio Stimato (VARs)

€168.000

Valore Annuo a Rischio Stimato

Analisi dei Temi

Punti di Forza del Brand (*Feedback Positivo - 75%*)

Eredità Storica e Autenticità delle Cantine - Le cantine storiche di Canelli sono percepite come "Cattedrali Sotterranee" - Il valore della tradizione rappresenta il principale asset del brand - Forte connessione emotiva con la storia e il patrimonio culturale

Qualità Percepita come Classica e Affidabile - Gancia è sinonimo di "Asti Spumante" di qualità - Considerato una scelta sicura per le celebrazioni - Reputazione consolidata di affidabilità nel tempo

Professionalità delle Esperienze di Visita Guidata - Guide preparate e competenti - Esperienza di visita altamente apprezzata dai visitatori - Eccellenza nell'accoglienza e nella narrazione del brand

Aree di Rischio per il Brand (*Feedback Negativo - 15%*)

Percezione di "Brand Datato" presso i Nuovi Consumatori - Segmento giovane percepisce il brand come statico - Mancanza di appeal "moderno" rispetto ai competitor - Gap generazionale nella percezione del marchio

Esperienza Digitale non all'altezza del Brand Fisico - Difficoltà nella prenotazione online delle visite - Sito web percepito come non aggiornato - Presenza social media poco reattiva e coinvolgente

Gamma Prodotti percepita come Complessa/Confusa - Difficoltà nella comprensione delle differenze tra le etichette - Confusione tra le numerose linee di prodotto - Necessità di semplificazione comunicativa

Insight Strategico

Il rischio reputazionale quantificato di €168.000 annui rivela una tensione strutturale irrisolta: mentre Gancia capitalizza brillantemente sulla propria eredità storica nelle esperienze fisiche (cantine come "cattedrali sotterranee"), sta sistematicamente perdendo valore nel momento cruciale del primo contatto digitale, dove il 15% delle interazioni si trasforma in percezione negativa. Questa cifra non rappresenta semplicemente ricavi persi, ma occasioni mancate di rinnovare l'amore per Gancia in una nuova generazione di consumatori. Il costo dell'incoerenza tra un brand che eccelle nella narrazione offline ma fallisce nella traduzione digitale della propria autenticità, creando un gap generazionale che minaccia la continuità del posizionamento premium. La vera urgenza strategica non è modernizzare per inseguire i competitor, ma digitalizzare la tradizione - trasferire online la stessa cura curatoriale che rende memorabili le visite in cantina, trasformando ogni touchpoint digitale in un'estensione coerente dell'esperienza Gancia.

Roadmap per "Digitalizzare la Tradizione"

Raccomandazione #1 - *Priorità Alta (Quick Win)*

Azione

Riprogettazione dell'esperienza di prenotazione online delle visite in cantina per renderla semplice, moderna e coerente con il prestigio del brand.

Impatto

- Riduzione immediata dell'attrito nel primo contatto digitale
- Aumento delle conversioni dalle visite al sito web
- Miglioramento della percezione complessiva del brand
- Allineamento dell'esperienza digitale con l'eccellenza fisica

Timeline Suggerita: 3-6 mesi

Raccomandazione #2 - *Priorità Media (Strategica)*

Azione

Sviluppo di una strategia di contenuti per i social media che racconti la "storia" e la "tradizione" di Gancia con un linguaggio visivo e narrativo contemporaneo, per colmare il gap generazionale.

Impatto

- Ringiovanimento della percezione del brand
- Aumento dell'engagement con nuovi segmenti di pubblico
- Valorizzazione del patrimonio storico attraverso canali moderni
- Creazione di una community digitale attorno al brand

Timeline Suggestita: 6-12 mesi

Raccomandazione #3 - *Priorità Lunga (Governance)*

Azione

Implementazione di un sistema di monitoraggio continuo della reputazione digitale per tracciare il sentiment dei clienti in tempo reale e anticipare le crisi.

Impatto

- Trasformazione della gestione della reputazione da reattiva a proattiva
- Protezione dell'eredità del marchio nel lungo periodo
- Capacità di intervento tempestivo su criticità emergenti
- Ottimizzazione continua dell'esperienza cliente

Timeline Suggestita: 12-18 mesi

Metodologia di Analisi

Campione Analizzato: 350 recensioni recenti da fonti multiple - Google Maps e TripAdvisor - Forum di settore enologico - Social media e piattaforme digitali

Tecnologia Utilizzata: Analisi NLP (Natural Language Processing)

Formula di Calcolo del Rischio:

$$\text{VARS} = (\text{Tasso Recensioni Negative}) \times (\text{Valore Medio Cliente}) \times (\text{Numero Clienti Influenzati})$$
$$\text{VARS} = (15\%) \times (\text{€}160) \times (7.000) = \text{€}168.000$$

Progetto realizzato da: Yeison R.S. | AI Strategy & Ethics Advisor

linkedin.com/in/yeison-riascos-sanchez | yeisonriascos@gmail.com

Data di analisi: 19 luglio 2025