Cantina Bolzano: strategie anti-crisi

scritto da Redazione Wine Meridian | 27 Maggio 2020



“Molte strade possono portare alla stessa destinazione” e questo è particolarmente vero nell’attuale crisi pandemica in corso che ha colpito in pieno anche il settore vitivinicolo. Ad ogni modo, non tutti sono stati colpiti nella stessa misura. Cantina Bolzano, ad esempio, già prima dello scoppio della emergenza aveva sviluppato i suoi anticorpi, grazie alla diversificazione in termini di canali di vendita e mercati. L’ultima mossa di Cantina Bolzano è l’ingresso nel mercato monopolistico della Norvegia.

Crisi o non crisi, anche ai tempi del Coronavirus gli amanti del vino non hanno voluto fare a meno di gustare un buon calice, ciò che è cambiato per molti è stato il modo in cui è stato possibile consumarlo. “Nel corso della pandemia, infatti, il commercio al dettaglio di generi alimentari è diventata la fonte di approvvigionamento più importante, oltre al commercio online, anche per i vini di qualità”, spiega

Klaus Sparer, Amministratore Delegato di Cantina Bolzano.

Vendita al dettaglio come “àncora stabilizzatrice”
“Il commercio nella vendita al dettaglio ci ha aiutato molto in questo contesto. Il 45% del nostro fatturato deriva infatti dalle vendite al dettaglio, pari circa a 1,5 milioni di bottiglie all’anno”, sottolinea Sparer. Durante la fase del lockdown, la vendita al dettaglio di prodotti alimentari si è rivelato uno dei pochissimi settori che non ha subito danni. “Per noi è stata un’ancora stabilizzatrice nella vendita dei nostri vini di qualità. Questo ci ha permesso di evitare un possibile crollo totale”, rimarca Sparer. Cantina Bolzano distribuisce i suoi vini nel commercio al dettaglio orientato alla qualità in tre paesi: Italia, Austria e Germania. “Nei Paesi di lingua tedesca il nostro focus è sui vini rossi, in Italia sui bianchi”, conclude l’Amministratore Delegato di Cantina Bolzano.

“Ambasciatore” altoatesino in Norvegia
Oltre alla diversificazione per canale (commercio vinicolo specializzato, alimentare, gastronomia/industria alberghiera), Cantina Bolzano punta sulla diversificazione dei mercati come ricetta contro la crisi. “Vendiamo i nostri vini in 21 Paesi in tutto il mondo. Questa diversificazione ci aiuta a ridurre la dipendenza dai singoli mercati. Sebbene la pandemia sia un fenomeno globale, ci sono ancora mercati che sono molto più colpiti di altri, con conseguenze evidenti per le catene di fornitura e quindi per i consumi. La Norvegia è l’ultimo mercato arrivato nel nostro portafoglio: un mercato investito in modo modesto dalla crisi pandemica.

D’ora in poi l’azienda vinicola di Bolzano rifornirà il Paese scandinavo attraverso i quasi 300 negozi statali che portano il nome “Vinmonopolet”. Infatti, i vini e tutte le altre bevande alcoliche con una gradazione alcolica superiore al 4,75% possono essere venduti solo in questi punti vendita. “Entrare in questo mercato è una grande opportunità non solo per noi come azienda vinicola, ma per tutto l’Alto Adige.

Perché, grazie alla presenza dei nostri vini, il nome Alto Adige sarà portato all’attenzione di un nuovo e interessante target turistico. In questo senso, i nostri vini possono essere visti come ambasciatori del territorio”, conclude Sparer.