Pertinace e le sfide del momento: la voce della cooperativa delle Langhe

scritto da Claudia Meo | 29 Ottobre 2024



Cesare Barbero, direttore di Pertinace, riflette sulle sfide del mercato attuale, dalla stagnazione dell'Horeca in Italia alla crescita delle esportazioni verso USA e Canada. Barbero sottolinea l'importanza di collaborare all'interno della Rete The Wine Net per affrontare i mercati emergenti come la Cina e prevede una ripresa positiva nel 2025.

Un'altra testimonianza va ad arricchire l'indagine svolta tra le nostre cooperative sulle dinamiche di mercato che stanno interessando il vino italiano.

Oggi è la volta di **Pertinace, cooperativa di Treiso**, nel cuore delle **Langhe**, che associa 20 soci e produce Barbaresco,

Barbaresco MGA, altri vini rossi, bianchi e distillati.

Pertinace fa parte di The Wine Net, Rete tra le cooperative italiane, che associa altre 5 cantine rappresentative di altrettante zone enologiche di pregio, dalle colline del Prosecco alla Toscana, dall'Abruzzo alla Campania, fino al cuore della Sicilia. L'obiettivo della Rete, che ha una produzione aggregata di circa 30 milioni di bottiglie prodotte, è dalla sua nascita, nel 2017, quello di sviluppare strategie di mercato e condividere best practices.

Il **Direttore Cesare Barbero** condivide con noi le sue percezioni sulla congiuntura di mercato e alcune riflessioni su come fronteggiarla.

Direttore, che situazione si registra nelle denominazioni in cui operate?

In termini generali la sensazione, condivisa con molti colleghi delle nostre denominazioni di riferimento, Barbaresco DOCG, Barolo DOCG, Langhe DOC, Dolcetto d'Alba DOC, Barbera d'Alba DOC, Barbera d'Asti DOCG, è quella di una **eccessiva calma** e di una situazione di **latente stagnazione**; il mondo dell'Horeca è in sofferenza, la capacità di spesa del consumatore medio si va riducendo. Le principali denominazioni delle Langhe tuttavia, sebbene siano anche e soprattutto espressione di rossi strutturati e impegnativi, non manifestano particolari segnali di sofferenza. In particolare, poi, il **Langhe Nebbiolo continua a crescere**: il mercato apprezza, evidentemente, questo approccio di conoscenza del Nebbiolo. Negli ultimi 10 anni si è investito molto sulla denominazione e la zona è in forte crescita. Ritengo che ci siano molti spazi di ulteriore miglioramento e vedo grandi opportunità legate a una comunicazione mirata per questa denominazione. Qualche sofferenza si registra sul Dolcetto, che ha rilevanza maggiormente locale.

In casa Pertinace quali dinamiche avete registrato?

I dati dei primi 7 mesi dell'anno evidenziano una dinamica positiva rispetto allo scorso anno. Abbiamo registrato un lieve calo sulle linee della GDO, ma c'è stata un'interessante compensazione da parte dell'estero, e in particolare dell'Horeca negli Stati Uniti. **Dopo anni di destocking in USA siamo rientrati in territorio positivo.**

Anche in ambito aziendale posso confermare che le grandi denominazioni delle Langhe continuano a mostrare tenuta; anche sul fronte del Dolcetto, che fa un po' più di fatica a livello sistemico, noi non abbiamo avuto sofferenze.

Quali iniziative ritiene siano più efficaci in un contesto perturbato come quello attuale?

In questo momento è indubbiamente **difficile realizzare delle crescite sul mercato interno**. Noi ci stiamo muovendo molto sull'estero. Riteniamo che **USA e Canada** siano piazze sulle quali spingere. Anche nella prossima stagione parteciperemo ancora una volta al **Barolo Barbaresco World Opening**, che offre una buona visibilità negli Stati Uniti.

Anche la **Cina** è un mercato da studiare e sollecitare: abbiamo iniziative specifiche per questo mercato, sia a livello aziendale che nell'ambito delle attività di The Wine Net. E' chiaro che su mercati emergenti e più complessi non sia facile muoversi autonomamente e noi stiamo puntando molto sulla collaborazione di Rete, in quanto gli sforzi sull'estero richiedono a nostro avviso un approccio sistemico, consulenziale, ben studiato, più facile da realizzare se si è parte di una squadra più ampia.

A livello italiano parteciperemo a **Grandi Langhe**, all'inizio

di gennaio 2025, evento di grande respiro per le nostre denominazioni riservato a operatori professionali, buyer, enotecari, ristoratori, agenti commerciali.

Punti chiave:

- Il mercato Horeca in Italia è stagnante, ma il Langhe Nebbiolo continua a crescere, riflettendo il successo degli investimenti.
- Pertinace ha registrato una crescita nelle esportazioni, compensando il lieve calo nelle vendite della GDO.
- Mercati chiave per l'export sono USA e Canada, dove Pertinace punta a espandere.
- La cooperativa vede opportunità di crescita nel mercato cinese, grazie a iniziative con The Wine Net.
- La collaborazione tra cantine permette di affrontare meglio i mercati emergenti e complessi.

2. **Quali sono le denominazioni su cui Pertinace investe di più?**
Le denominazioni principali sono Barbaresco DOCG, Barolo DOCG, Langhe DOC, Dolcetto d'Alba DOC e Barbera d'Alba DOC.

3. **Come affronta Pertinace il calo del mercato Horeca in Italia?**
Pertinace compensa il calo del mercato Horeca italiano con l'aumento delle esportazioni verso mercati esteri.

4. **In che modo Pertinace collabora con The Wine Net?**
Pertinace sfrutta la collaborazione all'interno di The Wine Net per condividere risorse e strategie sui mercati esteri.

5. **Quali eventi sono importanti per Pertinace nel 2025?**
Pertinace parteciperà a Grandi Langhe nel gennaio 2025, un evento chiave per le denominazioni locali.