

India, è vero amore per i vini italiani, ma servono contatti diretti con importatori

scritto da Michéle Shah | 17 Dicembre 2013



Subhash Arore è una vera e propria celebrità nel mondo del vino in India. È sicuramente considerato l'esperto più autorevole nel suo mercato e da molti anni è presidente (ne è stato anche il fondatore), dell'Accademia Indiana del Vino, nata proprio per diffondere la cultura del vino nel grande continente indiano. Molto ampia anche la sua attività giornalistica in testate prestigiose come le indiane DelWine e

India Corres, e la tedesca Meininger WBI.

Come vedi il potenziale del vino Italiano in India in termini di potenziale di mercato?

Questo è il segmento che in India cresce più velocemente. A tutti gli importatori piace avere i vini italiani nel proprio portafoglio. Il Prosecco sta compiendo passi da gigante. Soprattutto c'è fermento intorno ai vini italiani grazie al consumo crescente di cibo italiano o simil-italiano come la pasta e la pizza in versione internazionalizzata e questo continuerà ad aiutare il consumo di vini italiani.

Come pensi che i produttori italiani possano migliorare le loro prestazioni nel mercato indiano? Che suggerimenti daresti loro?

Suggerirei il coinvolgimento con il proprio importatore accompagnandolo via via particolarmente nel primo periodo e successivamente seguendolo con visite personali. Consiglio particolarmente una partnership non vincolante.

Che cosa ne pensi del rapporto qualità/prezzo dei vini italiani nel mercato indiano?

È generalmente percepita più favorevole sui vini dai prezzi bassi fino a quelli medi. I marchi di fascia alta hanno solo una nicchia di mercato e sono considerati costosi.

Qual è la qualità che tu personalmente apprezzi maggiormente nei vini italiani?

Nel mio caso non si tratta solo del "liquido", ma anche della cultura italiana. Mi piace la tipicità della maggior parte dei vini. Apprezzo anche l'unicità data dalle varietà di uve autoctone impiegate, sia in purezza che in uvaggi con varietà internazionali e i differenti terroirs, a partire dalla Sicilia che considero una terra enologica molto interessante.

La Sicilia in questi ultimi anni ha fatto numerose iniziative sul mercato indiano. Che idea ti sei fatto di questa ragione e dei suoi vini in termini di potenziale di mercato? Se lo

desideri, puoi prendere in considerazione anche il cibo e il turismo.

La mia percezione è che la Sicilia abbia un enorme potenziale nel medio-lungo termine. Finora la Sicilia non era nota in India per i suoi vini di qualità. La si associava prevalentemente alla frutta ed ai vini in grandi volumi e di bassa qualità. Ora questo concetto sta cambiando, grazie soprattutto alle visite dei produttori siciliani attraverso le iniziative dell'Istituto regionale della vite e del vino (IRVOS) . Infatti il Nero d'Avola ha acquisito popolarità ed il palato indiano lo ama.

La cucina siciliana ha molti punti di contatto con quella Indiana ma non è stata fatta conoscere in questi termini . Sebbene ultimamente un crescente numero di persone abbia iniziato a visitare la Sicilia e chi ha fatto questi viaggi ne sia rimasto molto colpito. Forse in ragione del fatto che le due aree sono accomunate dalla stessa storia, entrambe invase dagli stranieri, potrebbe svilupparsi molta empatia nei confronti dell'isola ed il turismo potrebbe beneficiare di questa grande spinta se si potesse migliorare l'interconnessione.

Potresti fare delle valutazioni sul potenziale che hanno le varietà dei bianchi e le varietà dei rossi?

Il Grillo incontra il favore dei più, mentre il Bianco dell'Etna viene considerato come più elegante, ma un po' troppo costoso. Il Nero d'Avola a medio termine potrebbe guadagnarsi la posizione di vitigno più noto italiano. Il Frappato funziona quando viene degustato senza che le persone sappiano che uva sia. I passiti di Lipari e Pantelleria andranno molto bene una volta anche questo mercato si svilupperà. Purtroppo il Marsala, a mio parere, avrà molte difficoltà a prender piede in un mercato come quello indiano.

Che cosa consiglieresti ai produttori desiderosi di entrare nel mercato indiano?

Suggerisco di mantenere contatti diretti e personali con i

distributori. Inizialmente potrebbe esserci la necessità di accompagnarli negli incontri con i responsabili del F&B. Dovranno anche tenerli sotto controllo e seguirli con visite periodiche incontrando i clienti già acquisiti e quelli potenziali

Altri commenti utili da aggiungere e integrare?

Se sono troppo piccoli o se vedono l'India solo come una mecca senza alcuna empatia o la capacità di connettersi emozionalmente, troveranno il percorso molto arduo. Quello che devono fare è pensare nel lungo termine, 3-5 anni, prima di riuscire ad ottenere dei risultati ragionevoli. Durante questo periodo dovrebbero concentrarsi per riuscire ad ottenere il riconoscimento e la conoscenza del loro marchio cosicché quando giunge il momento sono già consolidati e presenti per potersi avvantaggiare di questo.