E-commerce vini locali e prezzi ridotti: le tre direttrici del mercato bulgaro durante la pandemia

scritto da Agnese Ceschi | 21 Ottobre 2020

“L’Italia è molto amata dai bulgari. Il vino italiano è percepito come più comprensibile per esempio rispetto al vino francese, il cui complesso sistema di denominazioni risulta un po’ intimidatorio per alcuni consumatori”.

Inizia così, con una nota di grande positività, l’intervista a **Nicoletta Dicova**, buyer diplomata con Master in Enology and

Wine Marketing, giornalista freelance e studente Master of Wine, che ci racconta come il Paese dell'Est europeo sta affrontando questa "Nuova Normalità".

Quale è la situazione attuale in Bulgaria?

Come nella maggior parte del mondo, anche in Bulgaria il Covid ha avuto conseguenze importanti per quanto riguarda il mercato del vino. Il periodo del lockdown ha registrato un **aumento dei consumi domestici**, che hanno però compensato solo parzialmente le mancate vendite tramite il canale Ho.re.ca. La grande distribuzione é stata avvantaggiata dalla situazione e alcune catene di supermercati, in particolare nella capitale Sofia, hanno registrato un notevole aumento delle vendite di vino nel periodo del lockdown.

Le **vendite online** hanno avuto un notevole incremento. C'è stato però un cambiamento per quanto riguarda il valore dei vini acquistati: molti consumatori, probabilmente spinti da preoccupazioni per via dell'incertezza economica, hanno optato per **vini di fascia di prezzo più bassa**. I vini della fascia premium e super premium sono quelli che hanno subito maggiormente l'impatto negativo della crisi legata al Covid. Anche in Bulgaria, come in altri Paesi produttori, il periodo post Covid ha portato una ventata di patriottismo che ha visto nascere numerose campagne sui social media del genere: #iobevovinolocale #choosebulgarian ecc.

Quali sono le tue riflessioni rispetto al futuro del mercato del vino in Bulgaria?

Fare previsioni per il futuro è difficile, credo comunque che la crisi che stiamo attraversando ha anche lati positivi ed importanti insegnamenti da cui imparare. Per esempio la crisi del Covid ha fatto una **specie di "selezione naturale"** tra i produttori locali: quelli che avevano un ottimo rapporto qualità-prezzo sono comunque riusciti a continuare a vendere, mentre certi vini sopravvalutati hanno avuto difficoltà a

trovare mercato nella situazione cambiata. Credo che i bulgari non rinunceranno ai piaceri del vino, il **vino è parte integrale della cultura locale** da secoli, ma diventeranno più attenti ai prodotti che scelgono e più esigenti. Le cantine capaci di offrire **miglior rapporto qualità-prezzo** saranno vincitrici in questa "nuova normalità".

Quale è l'approccio migliore per i vini ed i produttori italiani, secondo il tuo punto di vista?

L'Italia ha un'ottima reputazione in Bulgaria come Paese produttore di vino, diverse aziende bulgare hanno come consulenti enologi italiani, ulteriore conferma del rispetto verso la tradizione enologica italiana. I bulgari ammirano la cultura enogastronomica dell'Italia, molti sono stati nel Bel Paese come turisti e vedono il vino come simbolo supremo della "bella vita" all'italiana. Ancora però la conoscenza della varietà e la diversità del vino italiano è piuttosto limitata. Chianti, Brunello, Barolo, Prosecco, Amarone sono termini con cui i consumatori sono famigliari, ma **pochi hanno una conoscenza approfondita della ricchezza e la grande diversità** del vino italiano. Penso che una maggior formazione sul vino italiano, che potrebbe svolgersi in parte anche online sotto forma di masterclass, webinar e degustazioni virtuali, potrebbe essere un buon modo per aumentare la consapevolezza e di conseguenza le vendite del vino italiano sul mercato bulgaro.

Cosa pensi della nuova formula di tasting e B2B virtuali esplosa durante il lock-down ma che sta continuando?

Ho partecipato recentemente agli Speedtasting organizzati da Michele Shah. Con Michele ci conosciamo da qualche anno, siamo entrambe giudici ad un importante concorso internazionale del vino. Mi piace molto il concetto dei Speedtasting virtuali, che è anche perfettamente in linea con lo spirito dei tempi in cui viviamo. Credo che nel futuro si farà un uso sempre più ampio del digitale come luogo d'incontro per il business, del

vino e non solo.