Alla scoperta del Montenegro

scritto da Agnese Ceschi | 3 Aprile 2019



Oggi vogliamo parlarvi di un mercato nuovo: il Montenegro e di riflesso i mercati dei Balcani. Un mercato che solitamente non rientra nelle mappe dei produttori di vino italiani, ma sicuramente degno di essere scoperto e che presto entrerà nell'Unione Europea. Perchè? Ce lo ha spiegato **Dario Pennino**, manager della società Daniko International doo che importa vini italiani di qualità, principalmente rivolti al canale Horeca, in Montenegro.

"Il Montenegro si distingue per alcune peculiarità all'interno del panorama vitivinicolo europeo. A dominare la carta dei vini di tutti i ristoranti del territorio è Plantaže, la cantina detenuta dallo Stato più conosciuta in fatto di rilevanza e accessibilità di prezzo. D'altra parte, le quote di importazione prestabilite risultano ormai troppo strette a fronte della richiesta dei due milioni di turisti che ogni anno ricercano una varietà di vini di diversa provenienza" ci

spiega Pennino.

Quali opportunità ci sono per i vini italiani in questi mercati?

Le opportunità legate ai mercati della Ex-Jugoslavia sono significative: parliamo di Paesi produttori di vino, dove la cultura del bere è ben diffusa. I vini italiani sono apprezzati ma di ultra-nicchia per quantità, per numero di etichette e cantine presenti.

Come descriverebbe i mercati dei Balcani?

Interessanti. Se ci si riferisce al bacino più ampio comprendente anche Romania e Albania, ci sono ottime possibilità di sviluppo a medio-lungo termine. Ma il termine Balcani può intendere anche i Paesi nati dalla frammentazione della ex Jugoslavia. In Montenegro vige un mercato non-europeo con quote all'importazione: è possibile importare fino a circa 350.000 litri all'anno. Quest'anno la quota all'importazione come prevista è terminata a fine febbraio e questo indica l'aumento delle aspettative degli importatori nella vendita. Superata questa quota è possibile importare con una sovrattassa che arriva al 40%, in aggiunta alle presenti tasse all'import, accise, analisi e certificati richiesti dalla dogana. Noi come importatori stringiamo i denti in attesa del 2025, anno in cui il Montenegro entrerà nella UE.

Come descriverebbe il consumatore in Montenegro?

In generale l'offerta vini è dominata dai produttori locali che la fanno da padroni. In Montenegro lo stato detiene la cantina più grande d'Europa per estensione unica di vigneto, Plantaže, immancabile in qualsiasi ristorante. In Montenegro, dove opera la mia società Daniko International doo insieme alla business partner Nikoleta Puzovic, il reddito medio pro-capite è di circa 400 euro al mese, lontano da quello della media europea. Una buona fetta della popolazione è esclusa dalle frequentazioni nei ristoranti di fascia alta e predilige il diffuso formato 0,18 lt, che permette di acquistare una piccola bottiglia a 3/4 €. Per i vini italiani, invece, la clientela è internazionale e frequenta alberghi di fascia alta, in particolare nella stagione primavera-estate.

Quali azioni consiglia ai produttori italiani in questi Paesi?

Conoscere il paese e il mercato, quando possibile interagire con i produttori locali, comprenderne le dinamiche, supportare gli importatori. Cresce la presenza di alberghi a 5 stelle extra-lusso e di ristoranti rinomati, con carte dei vini sempre più ampie. Fossi un produttore investirei nell'aprire un wine bar monomarca, ancora poco diffusi.

Cos'è MonteVino?
MonteVino è una manifestazione con cadenza annuale, organizzata dall'Associazione nazionale dei Sommelier Montenegrini. Forte l'affluenza di operatori del canale ho.re.ca e del trade, ma anche pubblico appassionato e curioso di assaggiare novità.
Che tipologia di vini importate con Daniko International doo?

Il nostro portafoglio è dinamico e in evoluzione: vogliamo raggruppare cantine nuove e storiche in grado di esprimere un territorio, prevalentemente tramite il canale dei ristoranti. Importiamo già diverse aziende, ma valutiamo ulteriori ingressi. Ci rivolgiamo prevalentemente al canale ristorazione, che ci permette di trasmettere al consumatore finale i valori legati alle famiglie vitivinicole che rappresentiamo. Io sono nel settore vino da quasi venti anni, ho girato il mondo con ruoli manageriali all'interno di acclarate realtà vitivinicole italiane. Inoltre, stiamo valutando partnership strategiche con distributori in Serbia, in Macedonia. Già in atto collaborazioni nella confinante Albania, oltre che in Romania.
Un messaggio per i produttori italiani?

Vi aspetto in Montenegro, con i suoi mari incontaminati, spiagge tranquille, e montagne verdi, anzi "nere". Il nome Montenegro infatti in lingua originale si traduce Crna Gora, montagna nera, grazie ai riflessi scuri che serpeggiano e contraddistinguono le alture.