Est Europa e Baltico: quali prospettive future?

scritto da Noemi Mengo | 14 Gennaio 2019



Prima parte: Slovacchia e Repubblica Ceca

Trovare il giusto approdo per l'export dei propri vini non è cosa semplice e noi, che ci addentriamo nei mercati per scoprirne le caratteristiche essenziali, lo sappiamo bene. Fra tutti i mercati di cui abbiamo parlato, quelli dell'Est Europa e del Baltico sembrano essere tra i più complessi e meno accessibili nel panorama europeo. Grazie agli interventi degli esperti Eliza Pinta Kauce e Erik Klein durante lo scorso wine2wine2018, abbiamo raccolto informazioni e consigli su Lettonia, Slovacchia e Repubblica Ceca.

Per cominciare, qualche considerazione generale che accomuna

questi mercati.
Prima di tutto, fanno tutti parte di una cultura est europea, rientrano pertanto fra i paesi ex sovietici, quindi che hanno sofferto le conseguenze del socialismo, il quale ha inciso massivamente su tutto il sistema culturale e di consumo degli abitanti. A causa di questa solo recente liberazione dai vincoli della dittatura, le importazioni di vino italiano sono iniziate piuttosto tardi ed in maniera non controllata.
A inizio anni ’90 il vino arrivava nel Paese tramite viaggiatori casuali, che portavano il vino con sé e poi lo vendevano; i primi importatori sono arrivati tra la fine degli anni ’90 e i primi anni 2000, ma non essendo dei veri e propri “professionisti” si orientavano su scelte molto economiche, su vini classici come Sangiovese, Chianti, Pinot Grigio, senza azzardare troppo. Questa pratica ha influenzato naturalmente la considerazione del vino italiano, limitandone ad oggi le possibilità di affiancarlo ad immagini di grandissima qualità. I colleghi francesi in questo hanno avuto la meglio, lo Champagne gode di quella buona reputazione comune di cui ben siamo al corrente, perciò rientrano fra i nostri maggiori competitor.

Slovacchia e Repubblica Ceca: contrasti fra i quali trovare un tesoro
Addentriamoci ora nei singoli mercati e vediamo quello che originariamente era un unico Stato e che oggi politicamente è diviso in due singole unità statali, ma è accomunato da molte caratteristiche.
La Slovacchia è composta da ben 5.5 milioni di persone, delle quali 4 milioni sono adulti e 1.5 milioni di essi vengono considerati “bevitori potenziali”, ossia bevitori che dichiarano di consumare vino almeno una volta a settimana.
La Repubblica Ceca, invece, è più estesa, raggiunge infatti i 10.6 milioni di abitanti, di questi la maggior parte consuma birra, anche se il consumo di vino sta nettamente crescendo negli ultimi anni e la sua fama dilaga soprattutto fra i consumatori più giovani, che, anche secondo le indagini

aggiornate al 2018 di CBI Market Intelligence, arrivano a consumare anche 20 litri pro capite all'anno.

Ad influenzare la crescita o meno delle importazioni di entrambi i Paesi è la produzione locale che, specialmente per quanto riguarda i bianchi, è molto competitiva e occupa il 50% dei consumi totali. Il vino importato più richiesto, per logica, è quindi il vino rosso, anche se da molti non è recepito del tutto positivamente. I consumatori sono infatti abituati al crispy, alla freschezza, all'acidità dei bianchi di loro produzione, pertanto tendono a comparare questi gusti con i vini importati, ricercando una freschezza e confondendola con l'armonia e la finezza che caratterizzano i vini italiani.

Il turismo in Italia è un fattore chiave per avvicinare i consumatori di Slovacchia e Repubblica Ceca, che da un decennio circa hanno incrementato i loro viaggi verso il Belpaese, in particolare attirati dalla Toscana e dalle destinazioni invernali. Una volta in Italia tendono a degustare i prodotti nostrani per poi ricercarli nel proprio Paese, questa è la strada che il marketing sta prendendo per rispondere a quella che fino ad ora è solamente una nicchia di popolazione, che ha però moltissimo potenziale di crescita.

Fra i due Paesi è possibile riscontrare diversi contrasti: se la Repubblica Ceca, e la sua capitale Praga in particolare, è sofisticata, più professionale e dimora di molti italiani che vi si sono trasferiti, la Slovacchia è più "incasinata", una vera e propria giungla dove anche i consumatori sono molto diversi fra loro. In Slovacchia scarseggiano figure strategiche come gli influencer, ai quali manca chi creda nelle loro potenzialità, ci sono però alcuni famosissimi sommelier, che rappresentano dei punti fermi e indiscutibili per i consumatori.

C'è spazio per i vini organici e biologici?
Decisamente sì, non è più solamente una "moda", la tendenza

crescente è quella di una maggiore consapevolezza dei consumatori che, divisi in due sezioni fra chi è molto esperto e chi quasi per nulla, cominciano in generale ad orientarsi verso scelte di vita e alimentazione più healthy.

Non perdetevi la seconda parte, la cui protagonista sarà la Lettonia, trend crescente e mercato dal grandissimo potenziale.