Luci e ombre del mercato russo

scritto da Redazione Wine Meridian | 27 Ottobre 2015



Paese strategico per il business dell'export italiano, la Russia sta attraversando un'annata molto critica sia dal punto di vista economico che sociale. Nonostante ci continua a rappresentare un'importante mercato di sbocco per la vendita del vino italiano per vari motivi. Il primo fra tutti rappresentato, nonostante i dati in ribasso del mercato nell'ultimo triennio, dalle previsioni per il 2018 che vedono una stabilizzazione delle prospettive politico-economiche con una conseguente crescita delle vendite di vino. Inoltre, un'analisi comparata degli ultimi 20 anni, vede una crescita delle importazioni conseguenza dello sviluppo della classe media e della sempre maggiore apertura culturale verso i prodotti del resto del mondo dopo il crollo del regime comunista.

Prima di approcciarsi alla Russia, necessario sapere che un mercato improntato fortemente all'off-trade (supermercati e grande distribuzione) che rappresenta il 96,6% del consumo pro capite. Dunque l'importazione di vino in Russia deve tenere conto di questo elemento rilevante. Il Paese rimane ancora al di sotto della soglia degli 8 litri pro capite all'anno in termini di consumo medio, che ancora basso rispetto ad altri Paesi del mondo dove si consuma molto vino, ma sicuramente tra

i pi alti dei mercati emergenti.
Se vogliamo tracciare un panorama generale, i consumatori russi hanno un approccio molto positivo verso le nostre produzioni, ma una grande sensibilit nei confronti dell'immagine. Infatti quelli che a volte sono per noi aspetti stereotipati e scontati (eleganza, qualit della vita, italian style) per loro sono molto apprezzati e considerati vincenti.

Entriamo nel dettaglio dei dati di mercato degli ultimi due anni. Nel corso del 2014 si registrato un calo nella vendita dei vini imbottigliati, ma un aumento del prezzo medio del 5%. Segnale del fatto che la tendenza verso la vendita di prodotti meglio posizionati e di qualit.
La situazione italiana confrontabile con quella dei vini spagnoli, che hanno visto un incremento in quantit ma un crollo dei prezzi. Nel 2014 inoltre l'Italia ha superato la Francia in valore crescendo del 29%, contro il 21% dei cugini oltralpe, dimostrandosi dunque il Paese con la maggiore variet di vini.

Cosa sta accadendo nel 2015? I dati del primo semestre, tracciati da Wine Monitor-Nomisma, sottolineano un -29% dell'import italiano e un -41,5% di quello francese. A fronte di questi scenari poco incoraggiati, necessario valutare la situazione complessiva, che prevede un netto miglioramento nei prossimi 3 anni. Cosa fare dunque per non sbagliare e perdere vendite preziose? “Il primo principio fondamentale di efficacia di una trattativa commerciale arrivare con le idee chiare ed individuare un prodotto di punta che faccia da apri-pista nel mercato. Non cadete nell'errore di voler vendere tutto. Ricordate poi che il mercato russo molto sensibile al prezzo” ha detto Fabio Piccoli, direttore di Wine Meridian.

Il consiglio ulteriore quello di far valere il potenziale dell'autoctono, che non sinonimo di successo garantito, ma se raccontato in maniera efficace ed adeguata (dunque superando bene anche la barriera linguistica) pu risultare una carta vincente. “ fondamentale poi cercare dei buoni

partner commerciali nel Paese, perch&#65533; oggi &#65533; sempre pi&#65533; indispensabile lavorare spalla a spalla per una promozione pi&#65533; incisiva. In grande crescita nel Paese anche l&#65533;associazione dei Sommelier, che rappresentano un grandissimo riferimento nel mondo della ristorazione e dunque sono un obiettivo importante per influenzare le abitudini di consumo" ha raccontato Piccoli.
Il limite? La barriera linguistica. Spesso l&#65533;inglese, passaporto linguistico universale, non &#65533; sufficiente per sfondare il mercato e dunque risulta sempre pi&#65533; determinante utilizzare almeno nel materiale di promozione la lingua russa.
Chiudiamo queste considerazioni sul mercato russo con una domanda: Cosa vi rende riconoscibili? Lavorare su questo quesito pu&#65533; essere la chiave del successo, in Russia come nel mondo.