

Il successo delle PMI italiane del vino sul mercato est europeo

written by Roxana Zeca | 29 Marzo 2021



Nonostante la chiusura dell'on-premise, il vino italiano rimane tra i più importati nei mercati dell'**est europeo** e l'interesse e la curiosità sono vertiginosamente in aumento.

Interesse giustificato da una crescita delle importazioni e dalla testimonianza diretta dei buyer **est europei** provenienti da Repubblica Ceca, Polonia e Lituania, che abbiamo intervistato durante il digital **Speedtasting** organizzato in collaborazione con **Michèle Shah**.

Tatyana Krise, importatrice di vino per l'azienda [Altia Latvia Ltd.](#), ci rivela che in **Lettonia** il futuro è ancora incerto a causa della situazione di lockdown in cui versa da molti mesi il Paese.

Qui il settore horeca ha avuto una perdita di quasi il 90% e ciò ha impattato negativamente anche sulle vendite di vino.

Inoltre, a causa della chiusura delle frontiere, si è riscontrata una perdita di vendite del 90% derivanti dal cosiddetto **“alcohol tourism”**. La Lettonia, infatti, a causa della competitività di prezzi, era una delle destinazioni gettonate dai Paesi scandinavi, dove le vendite di alcolici sono controllate dal Monopolio statale.

Nonostante la situazione ancora tragica, rimane positiva la valutazione del vino italiano che, come ci rivela Tatiana, si assiste ad una crescita maggiore anno dopo anno.

Klára Kollárová, head sommelier del wine shop [Vinograf Velký s.r.o.](#) a **Praga**, ci confida che nel Paese Ceco vige una situazione discrepante rispetto alla media europea.

Negli ultimi mesi, infatti, si è assistito quasi a livello globale ad un incremento nelle vendite di fine wines. Incremento causato da una maggior disponibilità economica da parte dei consumatori e dal desiderio di riprodurre negli ambienti domestici le stesse modalità di consumo che prima avveniva nel fuori casa.

L'Italia si configura come il più grande esportatore di vino per la Repubblica Ceca ed i vini italiani sono caratterizzati da grande competitività e interesse sul mercato.

Inoltre, le aziende che maggiormente ottengono un **successo stabile e duraturo** sono le **piccole-medie imprese vinicole**, come riportato dalla head sommelier del wine shop, perchè riescono a trasmettere meglio la storia, la cultura e la mission aziendale.

Situazione analoga per la **Polonia**, alle prese con la seconda ondata di Coronavirus, a causa della quale si registra una chiusura protratta dei ristoranti.

Qui **Slawek Kominski**, proprietario e general manager dell'azienda [MineWine.pl](#), ci riporta una **situazione divisa a metà**; da una parte l'horeca in grande difficoltà, dall'altra

parte una crescita del 22% delle vendite di vino all'interno dei wine shop specializzati che stanno trainando le vendite di vino in quest'anno pandemico.

In merito al **vino italiano**, Slawek ci confida che la difficoltà principale risiede nella difficile burocrazia imposta nei confronti dell'importazione di bevande alcoliche. Nonostante ciò, si assiste nel Paese polacco ad un crescita costante del vino italiano con ottime prospettive anche per il post pandemia.

Il successo dipenderebbe principalmente dalla **grandezza della cantina** e dalle strategie di entrata attuate, ci confida l'importatore. Se l'azienda si configura di grande dimensioni, il consiglio è quello di affidarsi ad un **grande distributore locale** che curi le importazioni su tutto il Paese.

Il consiglio per le piccole medio imprese, invece, è quello di trovare **2 o 3 partner locali** che si occupi principalmente nella distribuzione dei mercati interni più grandi, caratterizzati principalmente dalle città più popolose.

Qui come nella Repubblica Ceca, ci conferma Slawek, sono principalmente le **piccole-medio cantine a riscontrare il successo maggiore** grazie alla qualità dei loro vini e della capacità di far percepire maggiormente al consumatore finale quali le tradizioni ed i valori caratterizzanti dell'azienda e delle denominazioni di origine.