

La costante ascesa dell'export italiano in Lituania

scritto da Redazione Wine Meridian | 19 Aprile 2022



Negli ultimi anni il volume di export di vino italiano verso i Paesi Baltici, guardando in particolare alla Lituania, è cresciuto con costanza: la crisi pandemica non ha particolarmente colpito il settore del beverage, che soprattutto nell'export di vino ha registrato un aumento del 1,95% nel 2020 e 2,09% nel 2021, ed era in ascesa già prima della pandemia.

Abbiamo intervistato **Francesco Di Marco**, sommelier e consulente per "Burbulio Vynine" e specialista di marketing B2B, per avere un quadro della situazione del commercio di vino italiano in Lituania e delle possibili manovre per presenziare il mercato.

Come si è evoluto negli ultimi anni il mercato del vino nei Paesi Baltici?

È indubbiamente cresciuto, così come è cresciuta la cultura del buon bere, associata ad una generale crescita qualitativa del settore ristorazione. **Sin dall'inizio del XXI secolo abbiamo assistito ad un progressivo "allineamento" del mercato locale agli standard internazionali**, ed in genere è aumentata la proposta di produttori di minori dimensioni e di nicchia. Pur essendo un mercato di piccole proporzioni, abbiamo la compresenza di tanti competitor, sia riguardo gli importatori che i distributori, che si destreggiano ammirevolmente nel segmento "gourmet", mentre nella GDO, pur restando un'ampia disponibilità di prodotti di massa, progressivamente aumenta anche la reperibilità di referenze d'alta gamma.

Come viene percepito il vino italiano in questi Paesi e quali sono le prospettive di crescita per il futuro?

Il vino italiano gode attualmente di un'ottima reputazione in Lituania, e questo sicuramente vale anche per gli altri Paesi Baltici.

L'Italia resta uno dei paesi che mantiene il più forte appeal commerciale proprio in virtù dell'associazione tra origine del prodotto ed esperienza sensoriale diretta, legata al fatto che molti lituani scelgono il nostro paese per le loro vacanze e si rendono benissimo conto delle differenze culturali e delle biodiversità che l'Italia può offrire, come se avendo 20 regioni sia possibile visitare 20 paesi diversi, ognuno con i propri piatti, i propri vini, le proprie tradizioni. Inoltre, **il rapporto qualità-prezzo del vino italiano è ottimo**, specialmente se rapportato ai principali competitor francesi e spagnoli, e tutto ciò concorre a determinare la crescita costante che è stata registrata negli ultimi anni.

Come impatterà l'attuale situazione drammatica che si sta riscontrando in Est Europa sulle importazioni di vino italiano

nel Baltico e quali saranno le possibili soluzioni?

Senza entrare in considerazioni geopolitiche che non ci competono, il problema più grosso sarà sicuramente legato alla **logistica**, dato che la Lituania faceva da hub per alcune merci che andavano poi nei Paesi che ad oggi sono sanzionati, e ciò provocherebbe naturalmente una diminuzione dei fatturati export per alcune aziende italiane, in particolare per quelle che lavorano sui “grandi numeri”.

Per quanto riguarda i Paesi Baltici, **se il mercato è rimasto in crescita nonostante la crisi pandemica, l'aumento delle accise locali ed il costo dei carburanti non dovrebbe minare in maniera significativa l'export del vino verso queste destinazioni.** Naturalmente sarà necessario lavorare con il marketing ed ottimizzare le proposte, perché resta sempre un mercato che può dare delle ottime soddisfazioni, anche se non con quei “grandi numeri” da offrire.

Ha dei consigli per le aziende che vogliono esportare nei Paesi Baltici e specialmente in Lituania

Una volta individuato il profilo dell'importatore ideale, è necessario a questo punto essere quanto più empatici possibile, per motivarlo all'acquisto non solo sfruttando la leva del prezzo, ma anche con un appoggio fisico concreto, organizzando ad esempio visite in loco, motivando il buyer ad organizzare degustazioni dedicate ai suoi rispettivi clienti, **proponendo iniziative di incoming ed enoturismo.** Non bisogna preoccuparsi del volume di vendite, ma della costanza che il buyer lituano può offrire.