Le quattro chiavi per superare i limiti della Russia

scritto da Agnese Ceschi | 5 Dicembre 2018



Se dovessimo definire il mercato russo in un'immagine, lo definiremmo in questo momento come una strada da percorrere particolarmente dissestata, piena di metaforiche buche più o meno profonde, che rappresentano le attuali difficoltà. Questi gap di carattere politico-economico e culturale sono molti e differenti, ma il mercato e le persone sembrano aver trovato una strada per sopperire a tali mancanze.

Se ci affacciamo al panorama russo con uno sguardo prettamente politico-economico, notiamo che esso è fortemente limitato dal rischio di sanzioni e dalle restrizioni imposte dai rapporti con altri Paesi, come gli Stati Uniti o l'Europa, oltre che dalla competizione con essi. A costituire un ulteriore fattore limitante è un tasso di cambio non favorevole, che compromette fortemente il potere di acquisto dei russi; il vino viene infatti acquistato in euro, ma successivamente venduto in rubli. Il governo, inoltre, che mira a ridurre il numero delle aziende che si dedicano alle importazioni, ha attivato tutta

una serie di controlli che contribuiscono a rendere la legislazione russa particolarmente complessa.
A riportare in positivo l'asticella valutativa del panorama vinicolo russo è la considerazione che la domanda supera di gran numero la quantità di vino che la Russia è in grado di produrre autonomamente; il Paese ha quindi bisogno di vini stranieri per sopperire alla richiesta della popolazione. Per quanto concerne le importazioni, piccolo vanto per il Bel Paese, i dati vedono l'Italia al primo posto, soprattutto per i vini sparkling. A fronte della grande passione per il vino italiano in Russia, le chiavi che ci potrebbero aprire ulteriormente le porte di questa cattedrale dorata, secondo gli esperti, sono sicuramente un lavoro di promozione attiva dei vini tra le persone – essendo le pubblicità di vino proibite – attraverso eventi, degustazioni, gare, masterclass, conferenze, e facendo uso dei social media.
Altri punti di debolezza si possono riscontrare a livello culturale, dati da una diversità nel gusto e nella mentalità russa, e da una scarsità, o in alcuni casi mancanza, di conoscenze sul vino da parte della popolazione. Si dice che "quello che non uccide rafforza", e se è vero che i limiti del mercato russo sono diversi e radicati, è necessario anche affermare che la voglia di imparare e crescere registrata nell'ultimo decennio è stata notevole. Questo sviluppo sempre più veloce della cultura del vino in Russia, che ha potuto contare sulla presenza di professionisti esperti e qualificati, ha portato all'avvicinamento dei gusti a quelli europei con una crescita importante del numero degli amanti del vino e dei bevitori istruiti. In definitiva gli importatori dovrebbero concentrarsi su piccoli eventi e degustazioni per vini specifici, facendo sì che le persone si accostino e incontrino il vino in un'esperienza che li coinvolga in prima persona.
A fronte di tutte queste preziose considerazioni, che abbiamo raccolto durante lo scorso wine2wine, possiamo affermare, ritornando sull'immagine iniziale, che la strada dissestata e piena di buche lungo il percorso va affrontata con un buon spirito di adattamento e perseveranza, mettendo in conto qualche gomma bucata, e magari con la giusta cartina che ci indichi gli ostacoli lungo la via.