

Prospettive 2022: le aziende ai blocchi di partenza

scritto da Emanuele Fiorio | 10 Gennaio 2022



Si è appena concluso il 2021, un anno di rilancio, ricco di opportunità ma anche di difficoltà e sfide. Per quanto riguarda il 2022, alcuni vedono più incognite che certezze a causa dell'inflazione e degli aumenti su diverse materie prime, combustibili, materiali secchi e trasporti.

Qual è la sua prospettiva per questo 2022 alle porte e come vi state preparando per affrontarlo al meglio?

Matteo Fangareggi – Titolare, Soc. Agr. Vitivinicola Fangareggi

Il 2021 per noi è stato un anno di svolta che ci ha permesso di raddoppiare il numero di bottiglie vendute grazie soprattutto ai mercati esteri, dove fino al 2020 non eravamo presenti.

Per il 2022 prevediamo un'ulteriore crescita, ma nonostante

ciò anche noi siamo preoccupati dalla scarsa reperibilità di materie prime, dall'inflazione e dai rincari del carburante, per noi fondamentale anche per la lavorazione dei vigneti.

Una parte degli aumenti dovremo sicuramente assorbirla noi, per non aumentare eccessivamente i prezzi dei nostri vini, il rispetto del cliente è alla base di tutti i rapporti commerciali.

Quindi riassumendo vediamo buone prospettive di crescita ma al tempo stesse vari intoppi e difficoltà come quelle appena citate che rischiano di tarpare le ali anche al settore vinicolo.

Marco Cremonini – Titolare, La Cedraia

Indubbiamente il 2022 si prospetta ancora come un anno difficile per il mercato del vino, sia per gli inevitabili ritocchi che saranno necessari sul prezzo della bottiglia al consumatore a causa degli ormai evidenti rincari delle materie prime e della manodopera, sia per le incertezze circa le misure che saranno adottate per ristoranti, eventi, ecc. che inevitabilmente potrebbero limitare i consumi, come è successo negli ultimi due anni.

Si tratta di fattori su cui il produttore vitivinicolo può difficilmente intervenire per mitigarne gli effetti in maniera diretta, ma può invece adoperarsi per un rilancio commerciale basato sul desiderio di evasione del pubblico in epoca di pandemia.

La strategia su cui stiamo lavorando per affrontare al meglio il 2022 è dunque operare sull'onda delle percentuali di crescita esplosive dell'enoturismo: già da alcuni anni La Cedraia sta cercando di attirare i numerosi turisti alla ricerca di prodotti di eccellenza e sempre più attenti alle storie legate al territorio visitato e a chi lo racconta, fidelizzandoli ove possibile come consumatori dei propri vini. Il futuro della Cedraia e dei suoi vini si riassume quindi nel proseguire con l'impegno nella produzione di vini di qualità ed ecosostenibili e nel "coccolare" gli ospiti con le nostre

Wine Experience: non già semplici degustazioni in cantina ma esperienze enoturistiche e sensoriali di eccellenza, con degustazione all'aria aperta dei vini accompagnati da alcune dei prodotti più tipici dell'area, mettendoli in contatto con la storia passata e recente di un'antica dimora di campagna e del territorio che la circonda.

La speranza è anche che la sostenibilità abbia un ruolo sempre più importante nel dialogo enoturistico con il territorio: La Cedraia è da sempre attenta al bilancio di sostenibilità del proprio prodotto, certificato già da diversi anni dal Ministero della Transizione Ecologica come Vino Sostenibile – VIVA e se ne sta facendo ambasciatrice nel territorio del Gavi, convinta che gli aspetti di tutela ambientale possano diventare ancora di più un carattere distintivo della propria produzione.

Giovanni Luigi Brumat – Brand Manager, Cantina Toblino

Nel 2020 e nel 2021, sia sul mercato nazionale che su quelli export, abbiamo sviluppato diversi canali che ci hanno garantito grande riconoscibilità.

A livello logistico e contrattuale ci sono state tante dilazioni. Ad esempio, avevamo già la conferma d'ordine su Nord Europa e Nord America ma hanno deciso di posticipare a gennaio.

A mio parere, nel primo trimestre del 2022 fino a Vinitaly, dobbiamo metterci il cuore in pace perché ci saranno fiere e manifestazioni annullate e difficoltà negli spostamenti. Dobbiamo essere pronti ad adeguare di nuovo strategie ed attività.

Sulla questione dell'innalzamento dei costi delle materie prime che si prevede sarà tra il 10-25% in generale, la mia domanda è: su chi dobbiamo far impattare questi costi?

Io ritengo che vadano suddivisi in parte sulla parte produttiva ed in parte sul mercato (importatori e clienti finali).

Anche il costo della logistica e delle dazi doganali si sono

alzati, anche del 35-40% (ad esempio negli States).

Sull'Italia andremo ad alzare i prezzi, sull'estero non andremo a toccare i prezzi dato che siamo in una fase espansiva ed abbiamo già fatto una revisione dei prezzi a giugno 2021.

In generale a livello di mercato, in Europa ci sarà un bel po' di incertezza, i clienti conteranno i volumi ed il valore degli ordini, lo vedremo anche in UK che è il nostro primo mercato target: stanno tornando in lockdown. Quindi non bisogna mettere troppa carne al fuoco, ad esempio Florida e California, che erano state impattate relativamente poco dalla pandemia, adesso stanno tornando ad avere problemi seri.

L'Asia in questo momento è un po' off-limit. Ad esempio in Giappone è difficoltoso entrare nel mercato, ci vuole tempo per costruire le relazioni da zero e diventa ancora più problematico se si utilizzano strumenti e canali virtuali.

In Italia stiamo vedendo concretizzarsi il trend della premiumisation, le nostre selezioni stanno andando molto bene. All'estero sta avvenendo la stessa cosa, anche grazie ai premi ed ai progetti sulla sostenibilità che stiamo portando avanti.

Su cosa faremo leva nel 2022?

Sulle selezioni, sulle bollicine (nella seconda parte dell'anno avremo la nostra prima riserva di Trento DOC). Punteremo sia su vitigni locali (Nosiola) sia su vitigni internazionali come Chardonnay, Pinot bianco e nero.

La sostenibilità sarà per noi non solo ambientale ma anche sociale ed economica, un concetto che abbiamo sempre abbracciato. Siamo una cooperativa ed abbiamo sempre avuto un occhio di riguardo per il tessuto ambientale, sociale ed economico della nostra Valle dei Laghi.

In questo senso abbiamo recuperato il legno delle foreste che hanno subito la distruzione in seguito alla tempesta Vaia nel 2018 per creare casette per uccelli e pipistrelli. Inoltre abbiamo realizzato scatole in legno per le nostre magnum e per

i grandi formati che poi possono essere utilizzati come vasi da fiori. Sostanzialmente abbiamo concretizzato il concetto di riutilizzo e seconda vita.

Nel 2022 ci sarà un terzo step: andremo a realizzare anche delle casette per le api, attraverso accordi con apicoltori locali e impiantando il sovescio per aumentare la presenza di questi insetti importantissimi per garantire la nostra biodiversità.