

Strategie import vino USA, come costruire il portfolio: il caso Vintus

scritto da Emanuele Fiorio | 3 Novembre 2024



Vintus, uno dei più influenti importatori di vino negli USA, svela le sue strategie per selezionare i marchi, bilanciando eccellenza e autenticità. Il fondatore Michael Quinttus racconta come qualità, terroir e sostenibilità siano al centro della strategia aziendale.

Nel settore del vino, scegliere quali marchi rappresentare non è solo una questione di gusti personali o di moda, ma una decisione strategica che può influenzare l'identità e il successo di un'azienda. Per un importatore, il **portfolio** non è solo una collezione di etichette, ma **l'anima stessa della sua presenza sul mercato globale**. Negli ultimi anni, caratterizzati da inflazione, cambiamenti climatici e un calo

generale del consumo di vino, queste decisioni sono diventate più complesse e cruciali. Secondo l'OIV (Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino), nel 2023 il consumo mondiale di vino è sceso al livello più basso degli ultimi 27 anni, e la produzione si è ridotta a 237,3 milioni di ettolitri, rispetto ai 262,6 milioni del 2022.

Nell'ottica di presentare un caso concreto ho ripreso una testimonianza apparsa su Forbes e relativa a **Vintus**, un'importante azienda di importazione di vino con sede negli Stati Uniti, fondata nel 2004. Dopo due decenni di attività, l'azienda è riuscita a costruire un portfolio che include più di 50 marchi vinicoli provenienti da alcuni dei più importanti Paesi produttori, come Francia, Italia, Spagna, Argentina e Nuova Zelanda.

Michael Quinttus, fondatore e CEO di Vintus, ha spiegato durante un'intervista che il processo di selezione delle aziende da rappresentare non è lasciato al caso. "Quando Vintus valuta l'aggiunta di un nuovo marchio, ci concentriamo su alcune qualità essenziali che devono allinearsi alla nostra visione strategica e ai nostri valori", ha dichiarato Quinttus. Tra queste qualità spicca, innanzitutto, la **qualità del vino, che deve avere una forte connessione con il terroir** – un concetto che include non solo la geografia, ma anche il clima e il suolo, fattori determinanti per le caratteristiche di un vino.

La sfida principale è **bilanciare marchi già affermati a livello globale con piccoli produttori artigianali**, spesso a conduzione familiare, che offrono vini unici e distintivi. Questa combinazione consente a Vintus di creare un **portfolio eterogeneo ma coerente, dove ogni vino ha un posto ben preciso, legato a una narrazione di autenticità e sostenibilità**. "I nostri produttori sono impegnati in pratiche di agricoltura sostenibile, biologica o biodinamica", ha aggiunto Quinttus, sottolineando come la **sostenibilità sia un criterio chiave nella scelta dei marchi**.

Leggi anche: [Import vino 2023: si salvano solo i Paesi Bassi](#)

Negli ultimi cinque anni, Vintus ha registrato una crescita del 50%, grazie a decisioni strategiche che hanno rafforzato il suo posizionamento. Un passo cruciale è stato l'avvio della propria attività di distribuzione a **New York** nel 2019, un mercato fondamentale per il vino di alta qualità negli Stati Uniti. Nel 2020, Vintus ha trasferito i suoi uffici a Manhattan, dove **ha creato uno spazio dedicato a eventi e degustazioni**. Questo investimento ha consentito all'azienda di lavorare più direttamente con ristoranti e rivenditori, sviluppando un **contatto più stretto con i propri clienti**.

La gamma di marchi rappresentati da Vintus è notevolmente aumentata dal 2020. Tra i nuovi ingressi nel portfolio vi sono cantine californiane di alto profilo come Gary Farrell e Marietta, ma anche produttori internazionali del calibro di William Fèvre Chablis e Juvé & Camps Cava, ciò conferma l'impegno di Vintus nel rappresentare l'eccellenza vinicola a livello globale. Nonostante la crescita, Vintus deve affrontare alcune sfide che riguardano l'intero settore vinicolo. Il calo dei consumi, in particolare tra i giovani, sta cambiando il panorama del vino. Questa tendenza, associata all'inflazione e ai tassi di interesse elevati, ha creato pressioni economiche che Vintus ha dovuto gestire con attenzione.

Tuttavia, Quinttus rimane ottimista, sostenendo che **il focus dell'azienda sui vini premium ha permesso di mantenere una certa stabilità**. "Fortunatamente, la domanda di vini di fascia alta è stata più resiliente", ha osservato Quinttus. Inoltre, gli ultimi dati economici, tra cui una riduzione dell'inflazione e il recente taglio dei tassi di interesse da parte della Federal Reserve, offrono prospettive più favorevoli per il futuro.

Guardando al futuro, Vintus ha in programma di espandere ulteriormente il proprio portfolio, con particolare attenzione

ai mercati di Italia e Spagna. Ma l'azienda non si limiterà al vino. **"Stiamo anche esplorando categorie complementari** alla nostra attività vinicola," ha affermato Quinttus. Un esempio è rappresentato dalle bevande analcoliche, un segmento che sta guadagnando sempre più attenzione, e sebbene gli spirits rappresentino attualmente una piccola parte del business di Vintus, è probabile che diventino più importanti nei prossimi anni.

La **diversificazione**, affiancata da investimenti in tecnologia e miglioramenti dei processi, sarà un altro elemento chiave per il futuro dell'azienda. Vintus sta investendo in strumenti digitali per migliorare le partnership con distributori e clienti, assicurando che l'azienda rimanga competitiva in un mercato in costante evoluzione.

Key points:

1. **Strategia di selezione marchi:** Vintus bilancia produttori globali iconici con piccole aziende familiari, concentrandosi su qualità, legame con il terroir e pratiche sostenibili.
2. **Crescita significativa:** Negli ultimi cinque anni, Vintus ha registrato una crescita del 50%, grazie all'espansione operativa e al lancio della distribuzione diretta a New York.
3. **Risposta alle sfide di mercato:** Nonostante l'inflazione e il calo del consumo di alcol tra i giovani, Vintus rimane solido grazie alla domanda di vini premium e strategie mirate.
4. **Diversificazione futura:** L'azienda pianifica di espandere il portfolio con nuovi marchi da Italia e Spagna, e di esplorare categorie complementari come bevande analcoliche e spiriti.
5. **Focus su tecnologia e partnership:** Investimenti in strumenti digitali e miglioramento delle relazioni con distributori e clienti rafforzano la competitività di

Vintus in un mercato in evoluzione.