

Autenticità, valore e schiettezza: Les caves de Pyrene

scritto da Emanuele Fiorio | 25 Marzo 2020



In collaborazione con [Club Excellence](#), che riunisce i più autorevoli distributori e importatori di vino italiani, abbiamo dato avvio ad una importante analisi del sistema distributivo italiano attraverso una serie di interviste ai maggiori protagonisti della vendita di vino nel nostro Paese. A questo proposito, abbiamo intervistato Christian Bucci, titolare di [Les Caves de Pyrene](#).

Quale è il valore aggiunto per una azienda di avvalersi di una società di distribuzione?

Delegare a un soggetto di fiducia tutto quel che riguarda deposito, vendita, incassi (e insoluti) è un servizio di cui

molte aziende, spesso piccole, sottovalutano l'utilità. "Vendere", anche per una azienda piccola, è un costo importante in termini di risorse umane e monetarie: avere chi lo fa per te, rispettando il tuo stile e il tuo modo di lavorare, è una scelta vincente.

Come si è evoluta la distribuzione del vino dal vostro osservatorio in questi ultimi anni?

Dieci anni fa, quando "Les Caves de Pyrene" approdò in Italia, con alle spalle l'esperienza della "casa madre" inglese, i tempi non erano ancora maturi per un certo tipo di vini e di approccio alla vendita. Oggi riscontriamo esigenze molto diverse e una disponibilità alla ricezione realmente sorprendente.

Cosa l'ha spinto a scegliere di entrare a far parte di Club Excellence?

Il confronto su temi comuni tra colleghi è fondamentale per affrontare tematiche rilevanti per il settore. Club Excellence è fondamentale per conoscersi – siamo soggetti molto diversi nei vini e nello stile – apprezzarsi, coordinarsi e affrontare problemi comuni.

Ci può descrivere la vostra struttura e organizzazione?

Abbiamo una sede a Rodello, nelle Langhe, in cui ci sono gli uffici e una sala degustazione in cui accogliere settimanalmente i clienti da tutta Italia. Oltre 100 agenti in giro per l'Italia propongono le nostre circa 500 referenze ma l'aspetto per noi centrale è quello umano, sia nella selezione delle aziende che dei collaboratori. Chi viene a trovarci se ne accorge subito.

Che tipo di supporto chiedete alle aziende per svolgere al meglio il ruolo di distribuzione?

L'unica richiesta è la saltuaria presenza agli eventi organizzati e l'affiancamento agli agenti nelle visite ai ristoratori.

Quali sono le prospettive del mercato del vino in Italia?

Siamo in una fase molto interessante in cui, accanto ai grandi nomi consolidati e dalla struttura distributiva capillare, emergono continuamente piccoli nuovi soggetti molto validi e capaci di intercettare il proprio segmento di pubblico. La contrapposizione classica tra grandi brand e piccoli produttori naturali si sta diradando ed aumentano i tratti di contiguità, il mercato è molto più "fluidico" di quanto si possa pensare.

Quali sono i criteri di selezione delle aziende del vino?

Ci devono piacere i vini, devono essere bevibili ed autentici. Conta il vino nel bicchiere, punto. Non facciamo troppi calcoli di opportunismo o commerciali. Se poi il produttore è simpatico anche meglio, ma se è simpatico senza fare un buon vino non se ne fa niente.