Cadere sette volte, rialzarsi otto: Concha y Toro

scritto da Emanuele Fiorio | 20 Agosto 2021



Durante il periodo pandemico ci sono stati vincitori e perdenti nel mondo del vino, ma la discriminante principale è dipesa dal fatto di avere o meno una forte presenza nel settore retail ed e-commerce.

Con l'hospitality ed il turismo praticamente fermi per gran parte del 2020, qualsiasi brand legato a questi settori ha sofferto.

L'off-trade, grazie all'impennata del consumo domestico, ha registrato un boom, ma non necessariamente per i prodotti di alta gamma.

L'impatto di questi cambiamenti è stato avvertito in maniera forte in una delle più grandi aziende vinicole a livello globale: la cilena Viña Concha y Toro che produce il noto

Casillero del Diablo.

Come riferisce The Drinks Business, la performance di questa azienda nel corso del 2020 è emblematica di un anno eccezionale per quanto riguarda la vendita al dettaglio, ma non per la sua produzione di nicchia e di fascia alta.

Le parole di Marcelo Papa, direttore tecnico di Conch y Toro, confermano l'assunto: **"L'anno scorso le vendite dei nostri vini più costosi sono diminuite molto, ma per il Casillero è stato un anno ottimo.** Abbiamo avuto più o meno il 20% di crescita con il Casillero che significa 1 milione di casse in più".

Tale crescita è stata determinata da **2 fattori principali:**

1. un'impennata della domanda nel mercato britannico
2. la capacità dell'azienda di rispondere a questo forte aumento: Concha y Toro non ha mai interrotto la produzione.

Al contrario, l'anno passato per il "segmento premium" dell'azienda – i vini che partono dal prezzo di 15 sterline – incluso il suo brand di punta "Marques de Casa Concha", è stato un disastro.

Papa ha sottolineato che "Il primo semestre dell'anno scorso è stato pessimo, i nostri vini premium hanno subito un calo del 35%, ma nel secondo semestre c'è stato un cambio di passo grazie all'e-commerce che ci ha aiutato a recuperare".

Ma quali sono state le strategie dell'azienda per rispondere a questi mutamenti?

Per soddisfare la domanda in espansione di Casillero del Diablo, Concha y Toro sta "regolando le scorte dei nostri vini, definendo i parametri migliori per il prossimo raccolto e lavorando duramente per **aumentare la quantità di uva destinata al Casillero del Diablo**", ha dichiarato Papa.

L’azienda ha anche deciso di dare una **maggiore enfasi ai suoi vini di alta gamma**, dandogli una cornice univoca e commercializzandoli separatamente, attraverso la creazione di Cellar Collection, la collezione di vini di fascia alta del portafoglio Concha y Toro.
Questi vini, tra cui Amelia e Terrunyo, hanno un proprio team dedicato, che si concentrerà sulla comunicazione.

Un altro aspetto che il gruppo sta spingendo riguarda la **sostenibilità** dei metodi di produzione, un aspetto su cui i consumatori sono sempre più attenti dopo la pandemia.
Il gruppo ha recentemente ottenuto la certificazione “B Corporation” ed ora sta rivolgendo la sua attenzione alle pratiche agricole rigenerative, un insieme di misure per aumentare il contenuto di carbonio nei vigneti a beneficio della salute del suolo, della fauna selvatica e della qualità dell’uva, contribuendo al contempo ad assorbire il carboni dall’atmosfera.

Il gruppo ha anche un piano ambizioso per raggiungere un **impatto zero sul clima**, dato che dal 2017 ha ridotto le emissioni del 20% ed ha sviluppato un piano per ridurle globalmente del 35% entro il 2025 e del 55% entro il 2030.

Per quanto riguarda l’export, l’azienda ha intravisto due ulteriori opportunità:

- Una riguarda il mercato cinese che sembra più promettente da quando la Cina ha imposto i dazi sul vino australiano, lasciando al Cile la possibilità di colmare la quota di mercato lasciata scoperta.

L’azienda ha lanciato la Concha y Toro Cellar Collection (un blend Cabernet Sauvignon e Syrah al prezzo di circa 18 sterline) e la Concha y Toro Master Edition (un Cabernet Sauvignon che costa circa 25 sterline).

Papa ha riferito che i vini si stanno comportando bene, specialmente quello più costoso che secondo le sue previsioni

venderà ben 11.000 casse in Cina entro la fine del prossimo anno.

- L’altra area di crescita riguarda il Diablo Dark Red recentemente introdotto da Concha y Toro, un blend rosso con un tocco di zucchero residuo.

Il Diablo Dark Red sta andando bene negli Stati Uniti e sta “volando” nel Regno Unito.

In futuro Concha y Toro aggiungerà anche un Diablo bianco Chardonnay – un tipo di vino tornato in voga e che sta crescendo in particolare nel Regno Unito.