

Come si acquistano i fine wine?

scritto da Giovanna Romeo | 29 Ottobre 2020



Un recente sondaggio condotto tra i membri di Liv-ex, il più importante pool di acquirenti e venditori professionisti al mondo di vini pregiati, ha indagato le abitudini, le opinioni nonché le sfide che devono affrontare coloro che acquistano fine wine, prendendo in considerazione sia i punti di forza, sia le debolezze dei loro canali di acquisto preferiti e il ruolo di crescente importanza della tecnologia nel commercio.

Kermit Lynch, autore del libro “Avventure lungo le strade del vino”, racconta gli aneddoti di un mercante di vino alla ricerca di grandi vini e produttori di talento, narrandone la passione, il suo credo e le incertezze riscontrate con agricoltori e negozianti. “C’è sempre qualcosa di romantico nell’acquisto di vino – afferma -, spesso ritornano alla mente immagini di viaggi, visite in vigna, cantine che profumano di terra, di legno e vini novelli, degustazioni e cene in dimore del XVII secolo. Al di là dell’aspetto più ludico, dietro tutto ciò c’è una complessa realtà commerciale

nell'acquistarlo. I buyer, per esempio, devono sempre tenere in considerazione diversi fattori come la distribuzione, il prezzo, i margini di profitto, la logistica e i clienti, sempre più informati sul valore di quello che acquistano”.

Tra le modalità d'acquisto preferite dagli intervistati quella presso il produttore rimane la più vantaggiosa. Lo riferisce più del 50% degli intervistati. Questo canale secondo loro offre due dei requisiti fondamentali: il prezzo e la certezza del luogo d'origine. In un mercato, infatti, altamente sensibile al prezzo andare direttamente dal produttore può offrire margini più ampi di guadagno ma soprattutto la garanzia di provenienza del prodotto. Una seconda opportunità potrebbe essere comprare da altri professionisti, importatori e distributori. In questo modo è più facile l'accesso a più tipologie di vini e di brand in cambio però di una minore marginalità. Al terzo posto del canale di vendita c'è Liv-ex, global market place per il commercio del vino: un terzo dei compratori l'hanno citato come prima o seconda scelta per gli acquisti. Comprare da clienti privati è al quarto posto; mentre comprare alle aste è il quinto modo scelto ma con molto distacco rispetto agli altri canali. Un distributore italiano afferma che ama comprare direttamente dal produttore anche per le relazioni umane che s'istaurano, per il vantaggio economico che ne trae e per i trattamenti che gli vengono riservati. In questo modo però, in un sistema fatto di tre livelli, si elimina quello intermedio, per capirci chi sta in mezzo tra produttore e compratore. Wine Spectator sottolinea che escludere i distributori nella capacità di costruire relazioni commerciali, nel lungo termine significa accettare il rischio delle fluttuazioni di prezzo. Negli stati in cui tale modalità è autorizzata il risparmio esiste veramente. La maggior parte dei distributori lavorano infatti con un margine dal 28 al 30% di profitto a seconda del potere d'acquisto e del grado di rapporto personale con il produttore. Di fronte alla possibilità di un guadagno più cospicuo ci sono però altri aspetti da considerare: la facilità di fare business e la velocità delle operazioni di vendita. È importante ricordare

che chi si rivolge direttamente al produttore deve fare i conti anche con le difficoltà della logistica che impone sempre costi ulteriori. C'è da dire infine che alcune cantine scelgono di lavorare esclusivamente con agenti e importatori.

Intermediari: la scelta del meglio è più onerosa Il 26% degli intervistati decide di affidarsi ad altri professionisti come gli intermediari: più tipologie di vini, più regioni, più profondità d'annate. Costruire le relazioni è fondamentale, relazioni basate sulla fiducia dei fornitori dal quale ottenere sconti, giacenze di magazzino e consegne gratuite, convenienza e disponibilità immediata. Qualunque intoppo nella fornitura, ritardi o tempi di consegna più lunghi possono avere ripercussione dannose sul fatturato e sul profitto. La logistica e i trasporti sono un punto altrettanto rilevante da considerare in quanto genera ampi costi, specialmente quando si parla di lotti che arrivano dall'estero o di ordini su piccola scala. La maggior parte delle compagnie di logistica ha una tariffa minima che varia dai 150 a 250 euro per spedizione indipendentemente dalla dimensione del pacco; praticamente costa uguale spedire una scatola o due bancali. Questo rende estremamente costoso spedire piccole quantità. Il processo diventa ancora più difficoltoso quando i fornitori sono in un altro continente o in un fuso orario diverso, comportando aumenti nei costi amministrativi e tempi di consegna più lunghi.

Quali i consigli sempre validi per acquistare vino efficientemente? Visitare cantine e prendere parte a tasting professionali in modo da scambiare opinioni in un network di professionisti.

Agenti e importatori, il modello americano: in USA il modello di acquisto prevede necessariamente un agente o un importatore. In altri paesi rimane una libera scelta della cantina. I vantaggi dalla parte di chi vende sono la garanzia di raggiungere più destinazioni e più mercati; affidarsi ad un soggetto che ti distribuisce e ti permette di lavorare con più

clienti, agenti o importatori offrendo buoni affari grazie all'ampia offerta di vini e soprattutto di prezzi che permettono una buona marginalità. Altri canali prevedono il commercio B2B, business to business, ovvero tra imprese regolamentato nella maggior parte degli Stati Uniti ma poco diffuso in Europa.

La Place de Bordeaux, uno dei più prestigiosi canali di distribuzione di vini rari e pregiati, è un sistema di distribuzione che esiste da 400 anni organizzato su tre livelli: *négociants*, *courtiers*, *Château*. Riservato anticamente ai soli produttori di Bordeaux, oggi include altri importanti vini del mondo come la californiana Opus One, joint venture tra Robert Mondavi e il Barone Philippe de Rothschild. In un'intervista di *Liv-ex*, David Pearson Ceo della Tenuta, ha spiegato la scelta: "i *négociants* de La Place ci danno una visibilità più ampia in tutto mondo". Il risultato è un mercato più veritiero, guidato dall'effettiva domanda. I *merchants* che scelgono di comprare attraverso La Place de Bordeaux aspettano l'evento Bordeaux En Primeur e le disponibilità autunnali per il Resto del Mondo. Questo permette di assicurarsi in anticipo un'assegnazione di vini pregiati, sempre nell'ipotesi che acquistare prima della reale disponibilità sia un vero investimento. Aspettativa non sempre rispettata. Tra il 1994 e il 2005 il prezzo imposto dagli *Château* ha rappresentato il valore del 50% del vino al momento dell'effettiva emissione sul mercato, portando notevoli guadagni a mercanti, *negociants* e collezionisti. Dal 2006 gli *Château* hanno incrementato il valore fino al 70%, disincentivando l'acquisto.

Collezionisti privati: è il canale meno regolamentato ma ricco di opportunità per l'acquisto di singole bottiglie, una scelta meno convenzionale dove, accettando il rischio della provenienza della bottiglia, tuttavia è possibile fare buoni affari e ottimi guadagni.

Comprare alle aste: Christie's, Sotheby's, WineBid sono comuni

canali d'acquisto molto richiesti per fine wine. Uno strumento che ha grande seguito tra privati asiatici e statunitensi. Nel 2019 le vendite di Sotheby's sono state per il 51% di acquirenti di Hong Kong e Stati Uniti, seguiti da Taiwan e China. Un canale meno popolare per i professionisti dove una delle sfide è stabilire il giusto prezzo. Nel 2018 due bottiglie di Romanée Conti del 1945 sono state vendute rispettivamente a 558mila e 496mila dollari. Recentemente le aste on line sono diventate più popolari. Il problema però rimane quello della provenienza del vino. Le case d'asta non possono infatti sempre verificare e attestare la validità del prodotto.

Acquistare in un mercato globale. Circa un terzo degli acquirenti intervistati sceglie Liv-ex come canale principale d'acquisto. Fiducia, trasparenza dei prezzi e diversità di vini offerti sono i motivi più comuni elencati dagli intervistati. Secondo un acquirente del Regno Unito, la piattaforma di trading Liv-ex offre "trasparenza, costi inferiori al mercato, logistica e pagamenti affidabili, fornendo una visione completa del mercato e informazioni dettagliate. L'offerta sulla piattaforma è attualmente di 16.000 vini. Gli acquirenti possono scegliere da un magazzino che ammonta a oltre 40 milioni di sterline, disponibile in qualsiasi momento. Un altro vantaggio apprezzato dai commercianti è il supporto. Richard Boyle di Vin-x ha spiegato: "Posso in qualsiasi momento parlare con il mio Account Manager e negoziare il prezzo del vino".

Tra le tendenze attuali e future del commercio del vino un dato rilevante è riferito all'aumento degli acquisti on line ritenuti più efficienti. Dal 2012 al 2018 il controvalore degli scambi on line è stato di circa 15 milioni di sterline. Dal 2018 ad oggi la crescita è arrivata ad oltre 50 milioni di sterline. La tecnologia ha permesso di accrescere l'offerta e con un semplice click è possibile acquistare vini di qualunque parte del mondo e differenti annate. Il 27% sono rossi di Bordeaux, 17% per i rossi di Borgogna, 15% vini italiani, 9%

vini bianchi di Borgogna e 6% Champagne e Rodano.

Delineare il mercato del vino per il futuro. Pagare il giusto prezzo è il punto chiave per l'acquisto di vino da parte di professionisti. Al giorno d'oggi vi sono diverse opzioni: tool di ricerca come Liv -ex, match list o la ricerca gratuita online. Attenzione però, soprattutto in quest'ultimo caso è importante valutare che vi sia sempre attendibilità, sono molti i prezzi considerati solo attrattive lusinghiere. I compratori si aspettano una crescita nei prossimi cinque anni delle vendite "direct to consumer", un'opportunità per le cantine per investire in tecnologia digitale e ampliare la vendita diretta (la tecnologia sta facilitando l'accesso ai fine wine attraverso molti canali di vendita, un trend ritenuto in continua ascesa). Acquistare direttamente dal produttore rimane il canale privilegiato tra coloro che sono particolarmente attenti al prezzo mentre acquistare da altri professionisti del vino come gli intermediari, garantisce l'accesso a una maggiore varietà di vini ma restringe i margini economici e aumenta i rischi. L'opinione degli intervistati continua a dividersi riguardo alla vendita En Primeur, se sia ancora considerata la più importante modalità di compravendita del vino nell'anno.