

Israele: nuova frontiera per il vino italiano?

scritto da Redazione Wine Meridian | 25 Ottobre 2018



Siamo andati ad esplorare uno di quei mercati che normalmente non vengono citati tra quelli di esportazione dei vini italiani, ma che, a nostro avviso, potrebbe riservare sorprese future: Israele. Prima di entrare nel cuore di questo articolo, l'intervista ad un esperto israeliano, vediamo il panorama di mercato come si presenta.

Ad oggi l'industria vinicola in Israele sta vivendo una rapida impennata sia sul piano della produzione che della vendita. I numeri parlano chiaro: negli ultimi decenni le aziende vinicole boutique sono passate da meno di una dozzina a più di 250, la produzione di bottiglie di vino supera i 33 milioni l'anno, mentre le esportazioni coprono un quinto delle vendite del vino in Israele, crescendo ogni anno di circa il 6%.

Il profilo di produzione del vino israeliano risulta essere decisamente affine a quello italiano, sia per quanto riguarda il terroir unico e caratterizzato da un clima mediterraneo, che per lo stretto legame con la cucina del Paese. Dunque si lavora su un terreno molto fertile.

Per comprendere al meglio la possibilità di penetrazione del vino di produzione italiana nel mercato vinicolo israeliano ci siamo rivolti a **Guy Haran, wine educator israeliano specializzato in turismo del vino.**

Guy com'è iniziato il tuo percorso da wine educator?

Il mio percorso è iniziato quindici anni fa come sommelier nei migliori ristoranti di Israele. Ho insegnato per oltre dieci anni, e al momento sono docente presso la sezione israeliana del WSET e alla più antica scuola di vini di Israele: The Grape Man. Sono, inoltre, il brand ambassador di Riedel.

Otto anni fa ho iniziato ad occuparmi di wine tourism e ho realizzato che il modo migliore per connettere le persone al vino è quello di portarle fisicamente nel luogo in cui questo viene prodotto, di incontrare le persone che stanno dietro alla produzione del vino, di toccare il loro terroir, di respirarne l'aria e assaggiare i loro prodotti locali abbinandoli al vino.

All'inizio del 2018 ho fondato la mia compagnia, Vinspiration, dopo aver trascorso sette anni a creare e condurre wine tours per altre compagnie. Il mio obiettivo è quello di far diventare il vino e il turismo del vino più semplice e divertente, portando quante più persone possibile a visitare le migliori regioni vinicole nel mondo.

Qual è l'immagine dei vini italiani nel tuo Paese?

Molti israeliani bevono vino italiano, e i ristoranti italiani sono degli ottimi promotori del vino del loro Paese,

nonostante molti di questi propongano nelle loro carte anche diversi vini israeliani. Il vino italiano ha sempre avuto un impatto molto forte in Israele, se non fosse che nell'ultimo decennio gli israeliani hanno iniziato a prestare sempre maggiore attenzione alla qualità piuttosto che alla quantità. La tendenza è quella di bere di più e più vini italiani di qualità, come il Barolo, il Barbaresco, il Brunello e i vini Super Tuscan, mentre il consumo dei vini di base si sta abbassando ed essi stanno perdendo la loro importanza. Il Prosecco non è ancora arrivato in Israele, ma molte persone sono convinte che si affermerà nell'estate del 2019.

Qual è il principale suggerimento che puoi dare ai produttori di vino italiani per comunicare e vendere i loro prodotti nel tuo Paese?

Io amo i vini italiani. Il panorama dell'Italia presenta una grande diversità che miscela prodotti di alto livello e vini estremamente unici, derivati da differenti regioni e filosofie. Io credo che la sfida dei produttori di vino italiano sia quella di educare e sviluppare il brand aziendale.

Il Pinot grigio e il Chianti possono essere gustosi e facili da bere, ma io credo che l'Italia abbia molto di più da offrire. Inoltre, competere con i prezzi dell'Australia, del Sud America e del Sud Africa non deve essere il maggiore obiettivo dei vini italiani.

Ritengo che l'Italia dovrebbe iniziare a mettere sul mercato i suoi vini unici, come l'Etna, l'Aglianico, il Sagrantino, il Pallagrello bianco, il Timorasso, il Nascetta e molti altri. Tutto ciò, però, può essere fatto solo attraverso l'educazione, il marketing, il wine tourism e le wine competition. Un'ulteriore possibilità è quella di nominare un wine ambassador italiano in Israele.

Quali azioni e attività pensi che i produttori italiani possano intraprendere al fine di aumentare le vendite dei loro vini in Israele?

Vini argentini, francesi e portoghesi vengono già promossi in Israele. Allo stesso modo, i vini italiani possono e devono essere promossi di più nel nostro Paese, soprattutto ora che la qualità prende il posto della quantità e che il prezzo medio dei vini importati sta crescendo.

Ci sono diversi enologi israeliani che hanno studiato in Italia e sono tornati in Israele per lavorare (ad esempio Eyal Drori, Dror Engelstein, Golan Flam e molti altri). Il mio consiglio è di lavorare in stretta collaborazione con loro al fine di promuovere i vini italiani. Si possono poi nominare wine ambassadors italiani (o ancora meglio, ambassadors di diverse regioni), partecipare alla competizione internazionale TerraVino (di cui sono un giudice) che si terrà in Israele, ed organizzare eventi affini all'international Malbec day (supportato dal governo argentino) o alla Wine Tourism Conference che si tiene in Francia ogni due anni (evento nel quale io sono il rappresentante di Israele).

Guy, in conclusione, quali sono i punti di forza dei vini italiani in Israele?

I vini italiani hanno molti punti di forza. Tra questi possiamo considerare il fatto che i ristoranti italiani li promuovano, che la vicinanza con Israele fa sì che quest'ultimo sia una meta facilmente accessibile per viaggiare e attraverso ciò far sì che gli israeliani conoscano ed entrino maggiormente in contatto con il vino italiano. Ulteriore punto di forza è la natura mediterranea di questi vini che si sposa perfettamente con la cucina israeliana.

E i punti critici?

Il mercato sta diventando sempre più competitivo, e sfortunatamente credo che senza un serio lavoro da parte del governo e dei produttori italiani, l'Italia sarà destinata a perdere peso nel mercato israeliano.

In ultimo, molti dei miei clienti mi chiedono di visitare le regioni vinicole italiane, combinando le degustazioni del vino con del buon cibo italiano. Questo mi dimostra che la

curiosità verso l'Italia c'è, bisogna solo cavalcare l'onda.