

Italiani, è tempo di far vedere più varietà e novità

scritto da Agnese Ceschi | 22 Giugno 2015



“So much wine too little time”. Questo il claim che si legge sul sito Internet della Thomas Petling Fine Wines (www.thospeatling.com), società di importazione di vini inglese diretta da Nicholas Corke. Dentro a questa frase racchiusa la filosofia di questo importatore inglese, che possiede due fornitissimi wine shop nell'area a nord-est di Londra a circa due ore di macchina dalla capitale inglese. Lo abbiamo incontrato durante la terza tappa di Vento d'Expo a Piacenza e a lui abbiamo chiesto qual lo scenario inglese e le prospettive di crescita per i vini italiani.

Che possibilità hanno i vini italiani nel Regno Unito?

I vini italiani rappresentano grandi vendite in volume in

Inghilterra. A fronte di questa situazione positiva, come importatore o “mercante del vino”, vorrei vedere più novità. importante per noi importatori poter trovare delle proposte diverse in Italia.

Quali sono i vini più venduti in UK?

I vini francesi sopra tutti, poi i vini spagnoli e a seguire quelli italiani. Principalmente i vini europei.

Pensa che i vini italiani abbiano delle buone potenzialità per scalare la classifica dei vini più venduti?

Assolutamente sì. Piacciono molto agli inglesi. È un dato interessante che una parte dei consumatori interessata alle novità, anche se sono una minima parte perché la maggioranza dei britannici vanno al supermercato e scelgono quello che conoscono. Ma questo un buon margine su cui lavorare.

In questo contesto, qual è la filosofia dei suoi wine shop?

Il nostro focus sono i buoni vini, rari ed interessanti. Mettiamo assieme i vini che riteniamo più interessanti di ogni Paese, cercando di supportare le aziende familiari dove possibile. Lasciamo i vini più conosciuti ai supermercati. Il messaggio che vogliamo dare proprio quello di sperimentare qualcosa di diverso e non necessariamente soffermarsi sempre sui vini più noti.

Che consigli si sente di dare ai produttori italiani?

Scegliete bene innanzitutto i vini con cui volete entrare nel mercato. importante inoltre avere un buon partner locale, in questo la scelta dell'importatore il primo tassello. Un buon importatore vi permetterà di strutturare delle azioni mirate per esporre e promuovere il vostro vino.

Successivamente individuate il target di consumatori interessati a provare le novità, ad andare alle degustazioni e nei wineshop specializzati.

Quali sono le azioni pi efficaci?

Senza dubbio i tasting. Le degustazioni permettono ai consumatori di approcciarsi anche a nuovi prodotti con lausilio dell'esperto di vino o del produttore stesso.

Chi il consumatore inglese?

Gli inglesi amano acquistare il vino in abbinata al cibo. Per questo la maggior parte di loro acquista nei supermercati per un consumo domestico.

Che ruolo hanno i wine clubs nel Regno Unito?

Molto limitato. Sono luoghi solo per pochi specialisti del vino. La maggior parte delle persone ha una cultura media del vino.

Che percezione ha delle aziende italiane? Sono preparate ad affrontare il mercato internazionale?

Alcune grandi aziende sono preparate e hanno risorse adeguate al loro interno in grado di promuoverle a livello internazionale. Per le piccole aziende comprendo come sia molto difficile essere presenti in maniera costante con degustazione, fornitura di campionature, presenza di un export manager che presidia il mercato, ma con partner commerciali adeguati possibili superare anche questo gap strutturale.