La grande distribuzione a Vinitaly

scritto da Redazione Wine Meridian | 6 Aprile 2016



Tecnologia multimediale, etichette parlanti, degustazioni con sommelier o esperti, corsi volanti di aggiornamento. Parte una nuova fase comunicativa nei supermercati italiani che vogliono cancellare l'anonimato di tanti scaffali del vino per informare al meglio i consumatori sulle tante variet del vino italiano. Mentre contemporaneamente vengono ampliate e valorizzate le linee vino col marchio proprio della grande distribuzione. Lo riferiscono i buyer vino delle catene distributive che saranno presenti a Vinitaly.

"Nel 2015 per la prima volta in 100 supermercati stata usata la tecnologia beacon ed i consumatori hanno ricevuto automaticamente sul proprio smartphone informazioni dettagliate su alcune etichette vino esposte davanti a loro", riferisce Fabio Bocchini del Gruppo V G.

In una prospettiva simile i punti vendita della Sigma hanno utilizzato “strumenti multimediali quali i tutorial di degustazione con sommelier all’interno dei punti vendita”, spiega Alessandro Pritoni.
E Fabrizio Danesi di Penny Market racconta di una sperimentazione col QR Code (codice a barre) nei supermercati di questa catena per consentire al consumatore di leggere una scheda tecnica dettagliata dei vini esposti.

Convinta che la strada da seguire sia quella delle etichette parlanti, anche la catena EcorNaturas aderisce, come sottolinea Michele Bonato: “L’assortimento va diviso per regioni, evidenziando poi nelle etichette parlanti aspetti importanti per il consumatore come filiera, vini vegani, vini senza solfiti”. Per la catena Iper La Grande I, bisogna puntare su “ambienti pi simili a cantinette, separando i vini di valore dagli altri, con una cartellonistica specifica, talvolta delocalizzando il vino vicino ai reparti pescheria, gastronomia, macelleria per suggerire abbinamenti”, come spiega Antonella Emilio, Direttore Comunicazione Iper Montebello SpA. Per Carrefour la soluzione ideale un mix tra degustazioni saltuarie con i sommelier ed il ricorso ad etichette parlanti: “Gestiamo gi attivit di degustazione con sommelier professionisti, e pensiamo che le etichette parlanti saranno il modo pi efficace di comunicare il vino”, spiega Umberto Mazza.

Ma i sommelier difficilmente possono essere presenti costantemente nel supermercato, ecco dunque che Conad sta progettando di sostituirli con un addetto del punto vendita in grado di dare informazioni dettagliate sul vino e sui possibili abbinamenti col cibo, oltre ad assicurare una presenza costante dentro il supermercato, come chiarisce Valerio Frascaroli. Despar ha pensato bene di organizzare “corsi serali composti da 4 lezioni teorico-pratiche di 2 ore ciascuna con esperti qualificati di vino, aperti ad un massimo di 40 clienti; nelle provincie dove abbiamo portato avanti

questa iniziativa abbiamo avuto il tutto esaurito ai corsi”, come riferito da Simone Pambianco.

La grande distribuzione è anche impegnata nell'ampliamento e nella valorizzazione della gamma di bottiglie a marchio del distributore, come riferito dalle insegne presenti a Vinitaly: Iper La Grande I propone il marchio “Grandi Vigne” con 57 referenze, di cui 10 di vino biologico e progetta di inserire sempre più vini di alta qualità, rispettosi dell'ambiente, a produzione integrata e biologica, riducendo gli allergeni. Il Gruppo Selex (insegne Famila, A&O, etc.) con la sua linea “Le Vie dell'Uva” dispone di 50 etichette e vende 3 milioni di bottiglie l'anno, e programma di ampliare la gamma dei vini sopra i 6 euro ed eventualmente introdurre il vino biologico.

Conad ha circa 20 marchi esclusivi che coprono quasi tutte le regioni italiane e sta valutando di inserire nuovi prodotti di fascia alta. Sigma dispone di circa 30 etichette proprie, posizionate nella fascia di prezzo da 4 a 8 euro e studia una eventuale inserimento del vino biologico. Despar gestisce 37 etichette, sia basic che di pregio, come Barolo, Cartize, Amarone e Franciacorta.
Carrefour con “Tralcio Antico” ha circa 20 etichette e programma un ammodernamento del packaging ed una revisione delle referenze.

Su queste tematiche porteranno la loro testimonianza a Vinitaly le 12 catene distributive che hanno aderito al “GDO Buyers Club” l’11 e il 12 aprile al PalaExpo: Conad, Carrefour, Selex, Finiper, Despar, Penny Market, Gruppo Vèg, Sigma, EcorNaturasì, Agorà, S&C Consorzio Distribuzione Italia, Italy Discount. Coop, Carrefour e Selex parteciperanno alla tavola rotonda, organizzata da Vinitaly, tra cantine e catene distributive che si terrà l'11 aprile al PalaExpo.