

La Russia continua ad amarci

scritto da Lavinia Furlani | 24 Giugno 2019



Le due recenti tappe in Russia di “Solo Italiano Tour” organizzato da Iem sono state un’ottima occasione per capire lo stato di salute del mercato del vino in uno dei paesi storicamente “amici” del vino italiano.

Ne abbiamo approfittato per parlare con Galina Ignatova, referente dell’Ice a Mosca per capire meglio quali sono le attuali condizioni del mercato russo ed in particolare l’andamento del nostro export.

“Sicuramente ” ha spiegato la Ignatova ” quest’ultimo decennio per la Federazione Russa è stato estremamente complesso, in particolare con l’apice della crisi economica raggiunto nel 2014. Ma nonostante tutte queste difficoltà l’apprezzamento nei confronti del vino italiano è rimasto costante e tuttoggi, è bene ricordarlo, le produzioni enologiche italiane rimangono le preferite dai consumatori russi. Di fatto questa crisi ha

toccato tutti ma Francia e Spagna molto più dell'Italia".

"C'è quindi una continuità " ha proseguito la Ignatova " nel rapporto tra vino italiano e mercato russo. Una storia di successo ormai di lunga data, frutto del lavoro, in particolare, della ristorazione italiana che è diffusa in tutte le città russe, ma anche grazie ad affinità culturali storiche tra i due paesi".

Ma qual è l'attuale panorama di importazione in Russia?

Complessivamente vi sono circa 50 società di importazione in Russia, ma di queste una ventina sono rappresentate da catene di distribuzione che svolgono importazione diretta senza intermediazione di importatori. Il panorama degli importatori, quindi, in Russia è abbastanza limitato in termini di numeri anche perché l'acquisizione delle licenze è un processo molto complesso e costoso. Oggi, però, e questo può essere un vantaggio per le piccole imprese vi sono alcuni importatori "tecnici" che possono facilitare, a costi veramente bassi (0,20 euro a bottiglia), lo sbarco dei vini sul mercato russo. Da qui in poi però diventa fondamentale un importatore russo con il quale costruire una strategia di sviluppo dell'export su questo mercato.

E a proposito di strategie per lo sviluppo dell'export in Russia, quali i consigli da dare ai produttori italiani?

È chiaro che è necessario selezionare importatori che siano coerenti con le tipologie di vino che si vogliono vendere su questo mercato. E per farlo è fondamentale costruire una partnership costruttiva con gli importatori che sono qui i principali depositari della conoscenza di questo mercato. Continuare a pensare che l'unico problema è portare il vino su questo mercato e poi non accompagnare il processo di vendita attraverso strategie di marketing adeguate, a partire dalla promozione nel mondo della ristorazione, rischia di vanificare ogni sforzo.

Spesso l'obiezione dei produttori agli investimenti è legata

ai prezzi bassi richiesti dal mercato. Quale è la situazione in Russia sul fronte prezzi?

La forbice è molto ampia e i vini italiani si trovano sugli scaffali o sulle carte vini della ristorazione a prezzi che partono dai 3,50 euro agli oltre 30 di vini premium e superpremium. Il tema, quindi, è individuare il proprio target e costruire con gli importatori la strategia giusta per intercettare gli interlocutori giusti.

E a proposito di interlocutori, girando anche in questi giorni per Mosca e San Pietroburgo abbiamo avuto la sensazione che i giovani siano sempre più incuriositi dal vino. È solo una sensazione?

È assolutamente vero e questo è il dato più importante anche per il vino italiano. I millennials russi si stanno affezionando sempre di più al vino e questo, in particolare, grazie allo sviluppo del turismo. I turisti russi che oggi si muovono in tutto il mondo sono nella fascia di età tra i 25/40 anni. Turisti che quando tornano a casa vogliono replicare le esperienze, anche quelle legato al vino, che hanno vissuto durante i loro viaggi. In questa direzione la wine experience che molti turisti russi possono vivere in Italia è importantissima.