

Nuova Zelanda: un binocolo puntato all'estremità del mondo

scritto da Agnese Ceschi | 12 Agosto 2019



Raccontiamo oggi una delle tante storie di connazionali (e sapete che ci piace farlo periodicamente) che sono andati lontano dall'Italia e che qui hanno avviato un business per la vendita e promozione del vino italiano. Noi li chiamiamo gli ambasciatori del vino italiano nel mondo e sappiamo quanto il nostro vino abbia bisogno di loro, oggi più che mai.

Nato a Chioggia, ma residente in Nuova Zelanda da 16 anni, **Marco Nordio** è letteralmente approdato nel Paese nel 2003 dopo un viaggio intorno al mondo in barca a vela. Qui ha studiato viticoltura ed enologia alla Auckland University e ha piantato un piccolo vigneto con barbatelle di Nebbiolo. Presto ha

capito che era molto più semplice (e anche divertente) importare vini dall'Italia ed ha quindi rilevato nel 2013 una società che si chiama ancora oggi [Sapori d'Italia](#) e che è diventata tra i maggiori importatori di vino italiano in Nuova Zelanda.

“Negli anni che sono seguiti ho accompagnato e, probabilmente credo anche di avere in una certa misura, stimolato una maggiore diversità dei vini italiani presenti in Nuova Zelanda ed una distribuzione più estesa. Sono stati anni di forte crescita e di sempre maggiore interesse verso le varietà autoctone che fanno dell'Italia, come sappiamo, un protagonista mondiale” ci ha spiegato.

Che mercato è quello neozelandese e chi è il consumatore medio di vino?

La Nuova Zelanda ha un po' meno di cinque milioni di abitanti di cui quasi due vivono ad Auckland. Questi numeri fanno subito capire che è un mercato di dimensioni limitate, ma che presenta interessanti prospettive. Prima di tutto è un Paese produttore di vino di grande qualità in particolare di bianchi e di Pinot Noir, per questo il consumatore medio conosce il vino e lo apprezza, con una media di consumo di circa 20 litri annui di cui un terzo è rappresentato da vino importato (soprattutto australiano). Inoltre, le varietà e gli stili che sono prodotti in Nuova Zelanda sono estremamente limitati: le prime cinque varietà di uva rappresentano il 90% della produzione.

Questo cosa ci fa dedurre per il vino italiano?

Da questi semplici dati si evince subito come esista una situazione favorevole per il vino italiano.

L'Italia può riempire qui un gap: dove la produzione locale (e anche molti vini importati) non riescono ad arrivare in termini di varietà e qualità.

Tuttavia fino a pochi anni fa il consumo di vino italiano era molto “sotto tono”, soprattutto rispetto ad altri Paesi produttori come Australia, Francia e Spagna.

Negli ultimi anni ho potuto riscontrare un crescente interesse per vini italiani di qualità e rappresentativi dei territori, dovuto a vari fattori: la crescita di una ristorazione di qualità; un forte incremento del turismo verso l'Italia viste le tariffe molto più convenienti; un maggiore coraggio da parte degli importatori nel proporre novità.

Tutto questo è stato facilitato ovviamente da una situazione economica del Paese favorevole e in in continua espansione.

Come vanno i vini italiani andando nello specifico?

Sono in forte crescita (anche escludendo il fenomeno Prosecco) ma ancora non hanno raggiunto il peso e il ruolo che dovrebbe spettargli.

Parlando molto in generale possiamo dire che molti vini rossi del Centro Sud e in particolare da Puglia, Sicilia e Abruzzo sono molto adatti al gusto locale che la fascia media predilige vini rossi abbastanza morbidi e fruttati. Per i vini di alta gamma del Piemonte, Toscana e Veneto esiste sicuramente un mercato, ma generalmente bisogna rivolgersi ad un consumatore più sofisticato.

Ci sono ovviamente ancora delle aree critiche che hanno bisogno di ulteriori sforzi ed in particolare i vini bianchi che, a parte il Pinot Grigio, devono ancora raggiungere una distribuzione soddisfacente.

E il vino biologico?

Uno dei punti di forza del vino italiano è la forte crescita del vino bio (o organico) anche nelle fasce entry level. Questo è un vantaggio rispetto alla produzione locale (e non solo) che non riesce a proporre prodotti simili. Anche per quanto riguarda i vini premium la presenza di un notevole numero di cantine biodinamiche o produttrici di vini naturali ci agevola.

Che consiglio daresti ad un produttore italiano che voglia approcciare il mercato?

È fondamentale avere una strategia di export e un budget per inviare campionature e per i viaggi. Se non si investe non si

hanno risultati. I numeri in Nuova Zelanda non sono paragonabili ai mercati maggiori, tuttavia ci possono essere sorprese positive. Suggerirei poi di studiare il portfolio degli importatori e notare se ci sono eventuali gap da colmare. D'altronde questo è lo stesso approccio che ho io quando visito i miei clienti!

Quali sono i limiti di questo mercato e quali le potenzialità?

I limiti alle vendite sono principalmente dati dalla popolazione limitata. Esiste poi una conoscenza delle denominazioni italiane che può sicuramente migliorare. In questo senso il ruolo promozionale dei consorzi è fondamentale. Dal punto di vista commerciale le maggiori dimensioni delle aziende produttrici australiane e internazionali in genere permettono di avere budget promozionali e contratti di vendita esclusivi offerti a clienti ricettivi che le aziende medio piccole italiane non possono permettersi.

Le potenzialità sono evidenti: il vino italiano è ancora sotto rappresentato in Nuova Zelanda e la popolazione kiwi ha una grandissima passione ed ammirazione per la cultura italiana.

Il vino italiano ha tutti gli ingredienti per essere un leader qui e quello su cui ci si deve concentrare è la formazione e la trasmissione dei valori che il vino italiano esprime. In un certo senso il mio lavoro è quello di ambasciatore del territorio includendo la storia, la cultura, i cibi e le persone.

Inoltre è fondamentale proporre l'assaggio dei vini mediante programmi di tasting a vari livelli dalla grande distribuzione ad eventi tematici. Ad esempio il 31 Agosto ci sarà un grande [portfolio tasting ad Auckland](#), organizzato da me, rivolto sia al trade che al pubblico e con mio grande piacere ben 16 cantine hanno accettato di inviare un loro rappresentante dall'Italia nonostante la grande distanza. Sono sicuro che questo tipo di attività possa produrre ottimi risultati.