

Nuovo Dpcm quali scenari? Voce alle aziende del vino

scritto da Emanuele Fiorio | 28 Ottobre 2020



Le aziende vitivinicole si stanno preparando a gestire questa ulteriore fase pesante, difficile e complessa. Per questo **abbiamo voluto ascoltare dalle voci dei produttori in prima linea** quali sono le sensazioni, le opinioni, le strategie e le aspettative rispetto agli ultimi sviluppi conseguenti alla seconda ondata di Covid-19.

Ulisse Patalocchi – Export Manager di CasalFarneto

“Nell’ultimo mese ci sono stati diversi indicatori che segnalavano l’avvicinarsi di una seconda ondata.

Essendo una realtà delle Marche combattiamo con lo scarso appeal delle nostre denominazioni, in questi momenti di difficoltà i consumatori si concentrano sui vini più facili e riconoscibili ma abbiamo trovato alternative nella GDO, nell’online e nelle piccole enoteche con vendita d’asporto.

A parer mio la situazione non è così grave per il settore vitivinicolo, a livello globale la contrazione si attesta su un -3%, alcune aziende stanno crescendo in questo periodo dipende anche dal lavoro degli importatori.

Le aziende grosse dispongono di una forte capillarità della forza vendita, di export manager che possono penetrare diversi mercati ed importatori che sono ben radicati nei mercati di riferimento. È fondamentale avere contatti sul territorio sia direttamente che tramite agenzie, la conoscenza è alla base della vendita”.

Silvia Mandini – Responsabile Marketing e Comunicazione di MOSSI 1558

“Noi siamo piuttosto grandi, tre quarti delle nostre bottiglie vengono vendute in GDO, il 5-8% era destinato all’Horeca. Durante il primo lockdown siamo cresciuti, soprattutto grazie alle promozioni.

Certamente abbiamo perso le vendite sul mercato della ristorazione che non si era ripresa neppure dopo la fine del primo lockdown, dato che avevano necessità di smaltire gli stock e non avevano liquidità.

Il danno più grosso è stato all’estero, avevamo cominciato una contrattazione con un importatore della Florida che non è più ripartita. Siamo riusciti a cambiare rapidamente i canali di vendita, abbiamo attivato iniziative di vendita online, siamo entrati in alcuni e-commerce con dei consorzi locali e saremo sull’e-commerce del Merano Wine Festival.

Il canale della vendita diretta è aumentato molto e ritengo che con questa seconda ondata riprenderà a crescere ulteriormente.

La nostra è una situazione anomala, siamo fortunati dato che abbiamo poco Horeca, molta GDO e vendite dirette. Purtroppo la maggior parte delle aziende del nostro territorio sono a conduzione familiare e lavorano con la ristorazione e le ultime restrizioni sono un duro colpo per queste realtà”.

Angela Velenosi – Titolare di Velenosi Vini

“Il Dpcm del 24 ottobre è stata una doccia fredda, mi ero resa conto della situazione ma mi sarei aspettata più consapevolezza. Abbiamo convissuto circa 8 mesi con questo virus e mi ero quasi convinta che avessimo preso le dovute misure. Ero consapevole che ci sarebbe stata una seconda ondata, ho preso atto da tempo che il virus è contagioso, forte, aggressivo ma ritengo la chiusura della ristorazione alle 18 una misura punitiva. In questo modo si condanna una categoria e di conseguenza tutto l'indotto che ne deriva.

Sto leggendo che alcune associazioni di ristoratori parlano di chiusura totale. Ho vissuto in prima persona questa escalation e ne ho sofferto, la chiusura l'ho vista come una discriminazione nei confronti della categoria.

Noi staremo sempre al fianco dei ristoratori, è inutile aspettare gli incentivi statali che sono un placebo e comunque non sono ancora arrivati.

Noi avevamo già un ottimo fatturato nella GDO e non ci siamo trovati impreparati. La GDO e l'Horeca sono canali distinti con un linguaggio ed un paniere di prodotti differenti. Le nostre referenze nella GDO resteranno sempre quelle, mentre i nostri top di gamma saranno sempre dedicati all'Horeca.

Io sono convinta che tutto il 2021 sarà un anno simile a questo, voglio sperare in una soluzione medica. Faccio fatica ad immaginare Vinitaly e ProWein 2021, benchè io abbia una visione sempre positiva, ho difficoltà ad ipotizzare una vera e propria svolta.

Novembre e dicembre saranno 2 mesi importantissimi per il settore ma per come si sta evolvendo la situazione, non vedo sviluppi positivi”.