

Passione e fedeltà per il vino italiano soffiano da Est

scritto da Agnese Ceschi | 27 Febbraio 2019



Il vino italiano ha conquistato l'Ucraina. Ce lo avevano annunciato nel corso del 2018 i dati forniti dall'ufficio Ice di Kiev che ci hanno riflesso un'immagine positiva ed incoraggiante dei vini del Belpaese: l'Italia ricopre una quota di mercato di circa il 30% e i prezzi medi rispetto al 2017 sono aumentati del 15%. Dunque incoraggiamento e positività arrivano da un Paese che non è stato certo risparmiato da lunghe e difficili inflessioni e periodi di crisi economica. Pare però che la passione per la cultura ed il vino italiano (specialmente quello nella fascia premium) non sia mai venuta meno. Ce lo racconta Olga Pinevich-Todoriuk, caporedattrice di Drinks+, magazine ucraino tra i più autorevoli di tutta l'Europa dell'Est che tratta di vino,

spiriti e bevande in generale. Giornalista esperta di vini, sommelier e moderatrice di numerosi tasting e presentazioni in Ucraina ed Europa, nonché giudice di concorsi internazionali, Olga ci porta in un viaggio all'interno del mercato ucraino.

Qual è l'immagine dei vini italiani in Ucraina?

Ci tengo a precisare che sono molto felice di parlare dei vini italiani in Ucraina. Nel nostro team editoriale, ma anche nella maggior parte dei casi tra i consumatori ucraini, si respira una grande passione per i vini italiani. Ci piacciono i vini italiani, ma anche la cultura italiana in generale e amiamo visitare il vostro Paese. Qui c'è grande fedeltà per il prodotto italiano in tutti i maggiori settori merceologici in cui l'Italia è leader: moda, design, cucina e certamente vino. Per quanto riguarda il vino, l'Italia è al primo posto in Ucraina. E dal mio punto di vista, ci tengo a dire che il vostro vino è il preferito non solo dai consumatori finali ma anche dai sommelier e dagli importatori. Da gennaio a novembre 2018 il valore dell'importazione dei vini italiani si è aggirato attorno ai 32 milioni di dollari.

Come descriveresti il tipico consumatore ucraino di vino italiano?

Posso dare una visione personale frutto dell'osservazione durante i tasting che organizziamo con l'editore Communication Media Group Drinks+ e le opinioni che raccolgo dai colleghi che lavorano nel campo del trade.

La caratteristica principale di questo consumatore tipo è l'appartenenza ad una fascia economico-sociale medio alta. Non importa la fascia di età, perché qui amano il vino sia i Millennials che le generazioni precedenti di coloro che hanno tra i 45 e i 60 anni, con un'educazione scolastica di alto livello e con una predisposizione al viaggio molto elevata. Un altro dato importante che può interessare i produttori italiani è questo: a dispetto di ogni tipo di crisi economica, la vendita dei vini premium in Ucraina, e dunque acquistati da questa tipologia di consumatore, rimane forte e stabile.

Quali sono le peculiarità di questo mercato?

In primo luogo, per avere una buona riuscita commerciale in Ucraina, è indispensabile avere vini di alta qualità. Il nostro consumatore tipo ha un'elevata conoscenza del vino, si informa e studia e dunque sa riconoscere ciò che è di qualità da ciò che non lo è.

In secondo luogo, le denominazioni storiche sono quelle che hanno maggiore successo, anche se le azioni di marketing continuative portano grandi risultati. Ad esempio, grazie ad attività di marketing nell'ultimo paio d'anni la fedeltà verso il Fragolino è aumentata tantissimo. Nonostante questo vino avesse le carte giuste fin da subito – aromaticità e alto contenuto di zucchero – non funzionava commercialmente. Ora ha ottenuto il successo sperato.

Quali sono i vini più venduti?

Nel segmento medio i vini più venduti sono Prosecco, Pinot Grigio e Chianti. Nel segmento premium invece Amarone, Ripasso, Super Tuscan, Barolo e Brunello di Montalcino. Tra le varietà di uve il Sangiovese, il Nebbiolo e il Moscato hanno una reputazione molto alta e recentemente anche il Primitivo ha scalato la classifica.

Parlando invece di regioni sicuramente Toscana, Sicilia, Veneto e Piemonte sono le più quotate.

Infine, i vini italiani, specialmente il Prosecco ad esempio, risentono a volte delle cattive recensioni, perché qui purtroppo c'è un'aspettativa altissima verso questi prodotti.

Qual è il suggerimento che daresti ai produttori italiani per incrementare le vendite nel tuo Paese?

Per prima cosa è indispensabile trovare un partner affidabile in Ucraina. Però, il mio consiglio è anche di non affidare tutto il budget ad un unico partner e di tenere ben sotto controllo il progresso del business e del brand.

Per quanto riguarda le strategie, consiglierei di abbinare sempre di più la promozione del vino con la bellezza del Paese, puntando sul turismo del vino e dando ai consumatori

informazioni sul luogo di origine.

Sul nostro sito drinks.ua stiamo incentivando il contatto diretto tra produttori e distributori attraverso una sezione chiamata "Offers for distributors" in cui il produttore può dare informazioni maggiori su di sé e sulla propria denominazione.

Puoi farci un esempio di azioni che funzionano nel tuo Paese?

Il marketing deve passare attraverso gli eventi. Faccio un esempio concreto. Negli ultimi tre anni il Consorzio per la Tutela dei Vini Valpolicella ha organizzato in modo continuativo eventi annuali rivolti ai professionisti e ciò ha comportato un considerevole aumento dell'appeal dell'Amarone nel nostro Paese. Nel 2017, l'export dei vini della Valpolicella in Ucraina ammontava allo 0.3%. Comparando lo stesso periodo del 2018 c'è stati un aumento dell'export di circa il 40%.

Per questo non mi stancherò mai di suggerire e supportare questo tipo di iniziative nel nostro Paese. Marketing is the key!

Drinks+ è un magazine tra i più autorevoli di tutta l'Europa dell'Est, pubblicato e conosciuto da oltre 25 anni, che tratta di vino, spiriti, bevande in generale. Vanta da più di 10 anni partnership importanti con attori e fiere del settore come Vinitaly, Vinexpo, ProWein e Food&Hotel Asia, Brau Beviale, SIMEI, London Wine Fair, USA Trade Tasting, Alimentaria, Identita Golose...

www.drinks.ua