

Proposta vini festeggia 40 anni: numeri e prospettive

scritto da Redazione Wine Meridian | 30 Gennaio 2024



Risultati ottenuti anche grazie all'arrivo in azienda di Andrea Girardi, figlio di Gianpaolo, che racconta:

«Proposta Vini nasce nel settembre del 1984 su un'idea commerciale per quei tempi innovativa: quella di dare vita a un'azienda di distribuzione pura in grado di creare un filo diretto tra i vignaioli e il canale Horeca. Ci adoperiamo per permettere ai piccoli produttori di concentrarsi sul lavoro in vigna e di delegare a noi tutti gli aspetti di commercializzazione e distribuzione».

La mission di Proposta Vini, fin dall'inizio, è stata, ed è tuttora, quella di **valorizzare al meglio la produzione di vini autentici, storici, territoriali, bevibili e legati alla tradizione contadina italiana di qualità**.

«In altre parole, la nostra è un'attività commerciale nella quale convivono interessi aziendali e aspetti etici, umani e culturali – spiega Andrea Girardi. Lo dimostrano i ben 18 progetti che abbiamo sviluppato e che hanno come priorità quella di valorizzare gli aspetti storici, evocativi e paesaggistici che stanno dentro e oltre un bicchiere di vino».

Non poteva che essere così, visto il grande interesse del fondatore per le scienze storiche e la geografia: primo nato, nel 1988, è il Progetto Vini dell'Angelo incentrato sul recupero di vitigni storici trentini dimenticati.

Proposta Vini è oggi tra i principali player del mercato della distribuzione di vini nel settore Horeca italiano: lo staff aziendale oggi conta su 36 collaboratori e 130 agenti distribuiti in tutte le province italiane. Le referenze in catalogo sono 3.300 per 403 cantine (241 produttori italiani e 162 stranieri).

Gli obiettivi per i prossimi tre anni?

«Attualmente viviamo un momento di leggera contrazione del mercato – spiega Andrea Girardi – dovuto all'aumento dei prezzi di molti prodotti e alla conseguente riduzione del potere d'acquisto delle famiglie, mentre l'alta ristorazione non ci risulta in crisi. Le nostre previsioni per il 2024 sono di leggera crescita, data dalle nuove cantine selezionate e dalla linea spirits, nata nel 2021, un'accurata selezione di 81 piccole realtà artigianali del mondo della distillazione. Nel prossimo triennio, contiamo di consolidare il mercato italiano, che rappresenta per noi il bacino di vendita più importante e strategico. Al contempo, stiamo investendo sul mercato europeo, in particolare Francia, Spagna, Gran Bretagna, Austria, Germania, Hong Kong, Messico, Svizzera, Russia e Irlanda. Quanto ai trend, quest'anno sono

andate forte le bollicine in generale ma lo Champagne è stato in calo, bene anche i vini fermi e stabili i vini dolci, ottime performance per gli spirits».

Quali saranno i trend per i prossimi tre anni?

«Le bollicine continueranno la loro crescita e andranno sempre più i vini ad alta bevibilità, raffinati ma leggeri e poco impegnativi. Crediamo che il mercato chiederà sempre di più anche i vini alcol free, un modo di far conoscere il territorio anche a coloro che per scelta o salute non possono bere alcol. Consideriamo quello attuale un momento particolarmente importante per l'indirizzo che il mercato sta prendendo, ossia l'interesse sempre più manifesto per le tematiche storiche, culturali e paesaggistiche. Il vino è sempre più considerato ambasciatore del territorio».