

Qualità ottimismo e capillarità sul territorio: Ghilardi Selezioni

scritto da Emanuele Fiorio | 29 Aprile 2020



In collaborazione con Club Excellence, che riunisce i più autorevoli distributori e importatori di vino italiani, abbiamo dato avvio ad una importante analisi del sistema

distributivo italiano attraverso una serie di interviste ai maggiori protagonisti della vendita di vino nel nostro Paese. A questo proposito, abbiamo intervistato **Pietro Ghilardi**, Titolare di [Ghilardi Selezioni s.r.l.](#)

Quali sono le prospettive del mercato del vino in Italia?

Prima del coronavirus, ho visto un mercato che andava verso la fascia alta, senza dubbio c'è stata una crescita qualitativa della competenza delle nuove generazioni, un'apertura mentale piuttosto importante. Si stava andando verso una maggiore predisposizione all'innovazione, una apertura verso l'estero. Penso assisteremo ad un aumento del consumo italiano nei prossimi 12-18 mesi, le aziende del vino saranno colpite per quanto riguarda l'export, lo sbocco naturale sarà il mercato domestico.

Noi di Ghilardi Selezioni nell'ottica di una maggiore domanda interna, abbiamo aggiunto alla nostra gamma molte referenze italiane con l'obiettivo principale di aiutare i produttori premium ad essere più capillari sul mercato italiano.

Quale è il valore aggiunto per una azienda di avvalersi di una società di distribuzione?

La flessibilità e la convenienza, da noi è possibile acquistare a bottiglia sopra i 300 euro, e scegliere tra distillati, liquori, vermut, analcolici, vino, champagne, olio. Quasi 80 produttori da 34 nazioni. Sono positivo, dopo la crisi penso ci sarà una ulteriore crescita, la cosa più difficile da sopportare ora è non avere socialità, non poter andare al ristorante o al bar. Quando passerà sono convinto che l'Horeca avrà un boom.

Cosa l'ha spinto a scegliere di entrare a far parte di Club Excellence?

Rappresentiamo diverse realtà e siamo competitors sul mercato ma siamo accomunati da esigenze e problemi simili. Nessuno può risolverli autonomamente, con Club Excellence lavoriamo insieme trovando soluzioni condivise e utili ed imparando l'uno dall'altro.

I veri problemi spesso nascono non dalla sana competizione tra noi distributori ma da importatori che vendono sottocosto oppure da produttori che allestiscono punti vendita illegali. Queste sono alcune delle difficoltà che andiamo ad affrontare insieme.

Per quanto riguarda gli eventi organizzati da Club Excellence, è un'ottima modalità per organizzare manifestazioni altamente professionali. Molti di noi lavorano con piccole aziende che non potrebbero mai permettersi autonomamente di realizzare eventi simili.

Club Excellence riesce a predisporre eventi con budget ragionevoli ed assicurare un impatto comunicativo eccellente.

Come si è evoluta la distribuzione del vino dal vostro osservatorio in questi ultimi anni?

Penso che questa situazione porterà a dei grossi cambiamenti nell'approccio e nel consumo da parte del cliente, il sistema distributivo si è evoluto e sviluppato positivamente come era già accaduto in USA e UK. Negli ultimi 3 anni siamo stati tra le 300 aziende con la maggior crescita nella classifica de Il Sole 24 Ore "Leader della crescita".

Fino a febbraio 2020 stavamo registrando una crescita sopra il 40% e pur avendo chiuso a inizio marzo, abbiamo concluso il trimestre in pari.

Ci può descrivere la vostra struttura e organizzazione?

Sul territorio siamo presenti su quasi tutte le provincie italiane con circa 90 agenti ed un Area Manager in Campania, abbiamo un magazzino di 1400mq in cui la parte dedicata al vino è separata con temperature monitorate e controllate da magazzinieri interni.

Inoltre ci avvaliamo di 3 persone in ufficio, un Direttore Commerciale ed una Direttrice Marketing.

Quali sono i criteri di selezione delle aziende del vino?

La nostra priorità è la qualità del prodotto, prima ancora di parlare di prezzo, budget marketing, attività di supporto. In seconda battuta ci interessano il rapporto qualità-prezzo, la

storicità dell'azienda, quante annate hanno fatto, che qualità hanno fatto.

Selezioniamo prodotti che abbiano un forte legame con il terroir di provenienza. Per quanto riguarda il vino prediligiamo i piccoli produttori, per i distillati abbiamo un'ottica differente, ci concentriamo su realtà medio-grandi. Ci rivolgiamo solo a produttori, non ad aziende commerciali. Stiamo cercando nuove aziende vinicole italiane che vogliano svilupparsi in Italia attraverso una distribuzione nazionale. Chi fosse interessato può contattarci.

Che tipo di supporto chiedete alle aziende per svolgere al meglio il ruolo di distribuzione?

Non esigiamo nessun supporto di partenza, l'unica condizione che richiediamo "sine qua non" è l'esclusiva nazionale per evitare discrepanze di prezzo a livello nazionale.

Ad ogni modo, valutiamo di volta in volta in base alla tipologia di cliente: ad un produttore greco più di qualche bottiglia non posso chiedere, mentre ad una azienda italiana posso proporre percorsi di formazione, eventi e sviluppare assieme un piano marketing.