Vini naturali di qualità: una scelta irreversibile

scritto da Agnese Ceschi | 6 Maggio 2020



Come sta influendo sulla vendita del vino l'emergenza sanitaria? In che modo chi ha scelto di lavorare nel digitale sta scegliendo di agire e che risposte sta ricevendo dal mercato. Lo abbiamo chiesto a **Holly Berrigan**, americana, ma con base in Spagna da alcuni anni, importatrice di vini naturali, imprenditrice donna impegnata per l'ambiente, sommelier ed educator. Ha fondato nel 2017 una società di importazione di vini naturali Mysa Natural Wines che lavora principalmente con il digitale, che racchiude al suo interno

una wine club di successo. **Through the grapevine**, il wine club che ha fondato con il compagno Nic, è stato selezionato tra i 10 migliori wine club degli USA nel 2019 da parte dei lettori di USA Today.

Qual è la tua personale esperienza di business durante l'emergenza Corona virus?
Sicuramente c'è molta incertezza riguardo alle spedizioni. Alcuni dei nostri pallet sono stati fermati al porto e questo ci fa pensare che la maggior parte delle spedizioni dei nostri vini spagnoli, francesi ed italiani in questo periodo subiranno dei ritardi. Stiamo facendo ordini di vini italiani ai nostri produttori di riferimento, ma subiranno ritardi anche a causa della mancanza di container refrigerati, che scarseggiano in questo momento.
Tutte le consegne con UPS, DHL e Fed Ex stanno andando avanti e non hanno per il momento dato segnali di volersi fermare. In questo momento siamo molto impegnati e l'e-commerce non ha funzionato mai come ora. Ovviamente nel breve periodo ci sarà un grosso rallentamento del settore ristorazione e retail, ma molti consumatori si stanno spostando sull'e-commerce e dunque compenseranno.

Cosa ne pensi del fatto che l'e-commerce stia avendo un così grande exploit in questo momento?
Penso che l'e-commerce sia assolutamente una buona soluzione in questi casi, perché espone a meno rischio e si può applicare a molti luoghi nel mondo.
La tecnologia ci dà l'opportunità di avere la consegna a casa di cibo e vino, dunque in questo periodo di quarantena è sicuramente un'ottima opzione per vivere in sicurezza.

Per quanto riguarda i vini italiani?
I nostri clienti stanno ancora ordinando i vini italiani, ma sicuramente i ritardi e la situazione sanitaria in America influiranno sulla domanda.
Penso che i rapporti commerciali esistenti non verranno rotti, ma sicuramente nel prossimo futuro nuovi clienti potrebbero

tardare ad arrivare anche a causa dello stop ai viaggi ed al turismo per l'Italia.

Come è nata Mysa Natural Wines?
Ho fondato questa società di importazione di vini naturali nel 2017, successivamente nel 2018 si è aggiunto come socio il mio compagno Nic, che ha un background molto forte nel marketing. Insieme ci siamo trasferiti da qualche anno in Spagna, facendo così base in Europa riusciamo a fare quello che ci siamo proposti: allargare il nostro portfolio alle regioni vitivinicole europee che i nostri consumatori ci chiedono maggiormente.

Cosa ne pensi dei vini naturali italiani?
L'Italia è stato il primo Paese dove sono andata a cercare i vini nel momento in cui ho iniziato a comporre il mio portfolio. Ho fatto un bellissimo viaggio dove sono andata alla ricerca dei vini naturali adatti che potessero entrare nel mio portfolio per il mercato americano. In Toscana ho trovato i primi due vini da introdurre.

Perché hai scelto di concentrarti sui vini naturali?
Inizialmente ho scelto per il piacere che provavo io personalmente nel bere questi vini, più che quelli convenzionali. Se bevi un vino naturale di qualità, è difficile tornare indietro. Successivamente abbiamo dato vita ad un wine club di cui fanno parte consumatori, con cui abbiamo un legame molto stretto, che amano questa tipologia di vini e che amano le storie dietro alla bottiglia. Le storie della produzione di questi vini e le relazioni che noi riusciamo a intessere con i produttori sono importanti perché ci danno la serenità di proporre questi vini e i nostri consumatori si fidano di noi. Riusciamo a trovare storie molto più interessanti dietro ad un vino naturale. Le persona che sono dietro a questi vini seguono personalmente ogni cosa dalla vigna alla bottiglia.

Chi sono i membri del vostro wine club?

I membri del nostro wine club sono su tutto il territorio statunitense ed ognuno di loro compra una media tra le 3 e le 12 bottiglie di vino al mese. Ognuno di loro ha delle preferenze precise, dei gusti precisi, e noi cerchiamo di dare loro un servizio tailor-made. Siamo sempre alla ricerca di nuovi vini.

C'è interesse per i vini naturali, ma non rimangono una nicchia?
I vini naturali sono una nicchia, ma una nicchia che sta crescendo esponenzialmente moltissimo. L'attuale generazione di giovani e le prossime generazioni, Millennials e Generazione X, sono molto focalizzate sull'attenzione per l'ambiente e la sostenibilità.
Questi consumatori sono molto attratti da questa tipologia di vini, che probabilmente rimarrà sempre una nicchia di mercato, ma con specifiche caratteristiche che la rendono molto appetibile: qui non è questione di prezzo, ma di qualità e storie. Chi acquista questi vini è disposto a spendere con flessibilità per avere quello che vuole.

Quali sono i driver delle vostre decisioni?
Cerchiamo quello che piace alle persone. Ad esempio negli ultimi mesi abbiamo visto che c'è un interesse crescente per i vini orange. Quindi ci siamo concentrati nel cercare delle opzioni per il nostro portfolio che siano adatte a questa richiesta.

Che messaggio vuoi dare ai produttori italiani di vino naturale?
L'Italia ha una comunità di produttori naturali molto grande e diversificata, grazie alla grande diversità che il territorio italiano regala. Altri sono in fase di conversione e ce ne saranno sempre di più. Ci sono così tanti tipi di vini e vitigni in Italia, che c'è l'imbarazzo della scelta. È la vostra vera forza!