Wine Merchant: Chi sono? Cosa fanno? Cosa continueranno a fare?

scritto da Giovanna Romeo | 13 Maggio 2020

WineTip, ovvero Alberto Cristofori, Federico Pedrazzi (Founders e Partners), Fabrizio Cimiotta e Massimo Cassamagnaga (Partners), dal 2000 è un importante riferimento a Milano e provincia ma soprattutto in Italia e nel mondo. Wine merchant, grossisti, distributori, cantina con oltre 4mila etichette, più di 100mila bottiglie e clienti in 40 diversi paesi. Qual è la vostra struttura e organizzazione?

"Proprio quest'anno WineTip compie vent'anni. Un percorso lungo e importante che ci ha visti nascere come piattaforma di vendita in Italia di vini En Primeur, ovvero la vendita secondo il modello francese di comprare adesso dal produttore

e a prezzi attuali il vino che domani, una volta pronto, verrá consegnato sul mercato dei negociant e dei grossisti. L'evoluzione successiva è stata diventare molto presto una piattaforma di vendita di vini rari e pregiati provenienti da tutto il mondo con un particolare focus sull'Italia e la Francia e poi sui mercati nazionali e internazionali. La cantina di WineTip ha sempre a disposizione le migliori annate dei migliori vini, è un vero e proprio caveau con circa 4000 referenze, ma soprattutto ha una grande profondità di annate. La differenza sta proprio nell'avere al giusto prezzo e nel miglior stato di conservazione possibile, vini che tutto il mondo sta cercando. Alla base c'è sempre il grande lavoro di sourcing, lo scouting di vini di cantine piccole e sconosciute ai più, veri astri nascenti del mondo del vino. Da qualche tempo inoltre, grazie alla collaborazione del nostro professionista Martial, ci siamo specializzati in una selezione di distillati anch'essi molto particolari. Naturalmente tutto questo non sarebbe possibile senza il lavoro di personale qualificato, dal magazzino alla logistica fino al team di sommelier che conosce e maneggia con cura bottiglie di grandissimo valore".

Una buona fetta della vostra attività, circa il 60%, rientra nell'ambito del Wine Merchant. In cosa consiste e come l'avete sviluppata?

"Il wine merchant compra e vende bottiglie di vino che il mercato richiede, ma soprattutto fa ricerca nell'ottica di quello che il mercato richiederà. La nostra "expertise" è proprio questa: la capacità di comprare al giusto prezzo le più importanti annate di grandi vini e rivenderle nel tempo. Certo, bisogna essere bravi nel capire quali prodotti stanno diventando "buy" e quali "sell", oppure quali sono le annate che si possono conservare per altri venti o trent'anni. Chi è il cliente? In questo caso chiunque voglia avere uno specifico vino, un merchant internazionale, un collezionista, l'appassionato, gli operatori professionali del circuito Horeca. Un'altra attività che ci coinvolge molto e

strettamente legata al primo aspetto, è l'organizzazione di degustazioni presso il nostro show room. Parlo di degustazioni uniche, di vini introvabili sul mercato e di verticali di annate storiche".

Come si è evoluta invece la distribuzione del vino e come cambierà ancora?
"La seconda attivita' di WineTip, seconda non certo per importanza, è la "rivendita" ai professionisti del settore della somministrazione del circuito Hotel Restaurant & Catering, ai quali si aggiungono le enoteche che svolgono per noi ancora un ruolo primario nella divulgazione della conoscenza del vino. I vini che proponiamo sono selezionati tra produttori nazionali ed esteri che "gestiamo" alle medesime condizioni che praticherebbero i produttori stessi. In pratica copriamo per loro l'ultimo miglio che li separa dal consumatore. Il territorio di riferimento per la vendita è Milano e la sua provincia che si conferma, al di là del momento che stiamo vivendo, uno dei mercati piu dinamici ed esigenti d'Europa, con un pubblico che vive appieno la metropoli e che vuole conoscere l'intero panorama enogastronomico italiano. I produttori a catalogo e in esclusiva WineTip sono frutto di vent'anni di ricerca e come tutti i nostri collaboratori devono essere in piena sintonia con la nostra filosofia sia nei comportamenti, nel modo di vendere, nei sistemi produttivi, spesso intrinsecamente biologici e non sempre necessariamente certificati. Insomma veri e propri artigiani del vino. Per quanto riguarda il ruolo dell'agente e con esso del distributore posso dire che sono fortemente cambiati negli ultimi anni. Oggi sono soprattutto consulenti che contribuiscono alla gestione della carta vini, che suggeriscono le novità e propongono formule innovative di vendita. Il loro successo dipende dalla rotazione dei magazzini del cliente: se avviene in modo veloce allora hanno sicuramente lavorato bene in due, anzi in tre: il produttore, il distributore, il ristoratore".

Come sta andando questo periodo per WineTip?
“Periodo complicato per tutti anche se siamo riusciti a non fermare le consegne. Per fortuna la continuità operativa del nostro magazzino è rientrata tra quelle attivita’ di food and beverage consentite. Per di più i nostri clienti che vendono on line con consegna ai privati, hanno avuto una decisa impennata dei volumi. Noi però lavoriamo soprattutto con il consumo di bottiglie rare, quelle che non trovi facilmente. In questo ambito paradossalmente il mercato non si è mai fermato, e le richieste sono state ancora piuttosto numerose. Nonostante tutto però la “Milano dinamica”, la “Milano da bere” si è paralizzata e in fondo un po’ anche noi con essa. Ci siamo fermati a riflettere. I cambiamenti generati da questa situazione saranno duraturi e serviranno nuove formule per andare avanti. Crediamo però che sia anche il momento più propizio in cui si creano spazi importanti per chi ha voglia di ripartire e per chi riuscirà ad avere nuove idee, anche con pochi mezzi. Saranno loro ad occupare spazi finora appartenuti solo ai giganti del vino”.

Crodwcast, la formula WineTip.
“In questi cinquanta giorni siamo rimasti in continuo contatto con produttori e ristoratori, del resto molti di loro sono amici con i quali stiamo cercando nuove formule che accompagnino il food delivery e l’esperienza degustativa in condizioni di sicurezza. Abbiamo messo in contatto i viticoltori con professionisti e consumatori attraverso Crowdcast, con interviste in diretta e sui socials. I partecipanti possono interagire come se fossero in cantina facendo domande e partecipando attivamente alla degustazione previo l’acquisto a prezzi vantaggiosi dei vini. Siamo sicuri che molti di noi non vedono l’ora di tornare a degustare in cantina, magari insieme ad altri amici, ma riteniamo che probabilmente non abbandoneremo più questo modo digitale di incontrarci e di assaggiare nuove etichette. Crediamo fermamente che non sarà un settore destinato a morire. L’Italia è cosí impregnata di cultura di cibo e vino che siamo

convinti ripartiremo presto più forti di prima, a Milano come nel resto d’Italia. Stiamo lavorando per farci trovare pronti.

Per tutti coloro che vogliono conoscere la nostra realtà possono scrivere a sales@winetip.com.