

martedì 12 marzo

La Germania sempre più vicina

Intervista ad Ernesto Abbona, presidente Unione Italiana Vini e proprietario dell'azienda di famiglia Marchesi di Barolo



La famiglia Abbona che conduce l'azienda Marchesi di Barolo

Prowein, la fiera più importante di vini europei, si avvicina (17-19 marzo 2019) e abbiamo pensato di fare il punto sul mercato tedesco con il presidente di Unione Italiana Vini, nonché proprietario dell'azienda Marchesi di Barolo, Ernesto Abbona.

Che mercato è quello tedesco?

È un mercato sicuramente maturo, che però ha avuto una flessione lo scorso anno in generale in tutte le categorie di vini. La situazione economica mondiale ha senza dubbio influito e ha interrotto l'espansione del mercato, ciononostante le vendite non sono andate così male dal momento che abbiamo rilevato un calo in volume, ma non nel fatturato. Infatti tutti i vini sono cresciuti di prezzo perché venivano da una stagione 2017 dove la quantità di uva era ridotta, di conseguenza l'aumento dei prezzi ha coperto il calo dei volumi. Il fatturato si è dimostrato stabile, registrando solo un -2%.

Che annata sarà quella di quest'anno?

La vendemmia abbondante del 2018 riporta la situazione più o meno a quella del 2016 quando la maggiore offerta di volumi ha comportato una riduzione dei prezzi. Da una parte dobbiamo fare i conti con la competizione dei vini tedeschi che fanno importanti volumi e dall'altra la predisposizione del trade tedesco ad abbassare il più possibile i prezzi.

Qual è la vostra esperienza diretta nell'azienda di famiglia?

La Germania è il nostro terzo mercato estero, dopo l'Italia naturalmente, gli Stati Uniti e la Norvegia, ed incide per quasi l'8% sul nostro fatturato.

Proprio perché è un mercato importante, abbiamo adottato una strategia controcorrente da qualche anno per avere la distribuzione più sotto controllo. Prima avevamo un importatore unico, da quando abbiamo deciso di avere un agente abbiamo un contatto diretto con i clienti finali. Questo ci sta portando grandi soddisfazioni umane e commerciali: riusciamo a presentare meglio l'azienda ed avere un contatto diretto con i nostri clienti, che hanno bisogno di conoscere chi c'è dietro alla bottiglia. In passato con l'importatore avevamo contezza dei volumi, ma non del posizionamento e della collocazione sul territorio. Ora vediamo esattamente dove vanno i nostri vini, che sono rivolti principalmente al canale Horeca, per una scelta precisa di posizionamento.

Qual è il risultato di questa scelta?

Riusciamo ad avere una maggiore reattività rispetto alle richieste dei clienti: con meno intermediari le informazioni arrivano prima. Inoltre riusciamo a curare molto il rapporto, anche umano. Lavoriamo in interazione anche invitando i clienti da noi in cantina e a loro dedichiamo un'attenzione personalizzata.

Come sono i consumatori tedeschi?

I tedeschi li conosciamo bene perché a Barolo vengono e continuano a venire, anche grazie ad un ormai efficiente sistema di autostrade. Sono un popolo che ha un approccio al vino conviviale e gioioso, ma allo stesso tempo sono critici perché conoscono il vino. Quando hanno deciso che il tuo vino gli va bene, anche con grande chiarezza e schiettezza, sono affabili e ti danno fiducia. Per la cucina tedesca, infine, i vini piemontesi sono perfetti. Barolo e Nebbiolo sono molto consigliati e apprezzati per il carattere austero, asciutto e per la scarsa presenza di zuccheri residui.

Agnese Ceschi

