

Vini abruzzesi, e-commerce e Gdo frenano la crisi

Di fronte alla crisi del coronavirus resistono i produttori presenti nella Gdo (la grande distribuzione), mentre sono in difficoltà quelli rivolti al canale horeca (bar, ristoranti, hotel e catering). È la fotografia che emerge nel settore vitivinicolo in Abruzzo. E-commerce e consegne a domicilio sono due strategie d'emergenza per le quali alcune imprese si stanno attrezzando, ma non potranno essere risolutive.

Moscaritolo — a pag. 11



Abruzzo. Il 2020 si era aperto con le buone prospettive per le aziende abruzzesi del vino sulla scia dei risultati degli ultimi 5 anni



NUOVE STRATEGIE

Il vino abruzzese punta su e-commerce e Gdo per il rilancio

Consorzi e aziende lavorano sul marketing e chiedono misure urgenti anti crisi

Enza Moscaritolo

Battuta d'arresto per i vini abruzzesi distribuiti nel canale horeca, conferme e risultati positivi per quelli presenti nelle catene della grande distribuzione. Dalle settimane di lockdown per l'emergenza coronavirus, questa è la fotografia che emerge nel settore vitivinicolo in Abruzzo. E mentre prosegue il lavoro nelle campagne per ciò che è l'ordinaria attività del periodo, bisogna ripensare strategie e obiettivi, diversamente da quanto si era immaginato solo fino a pochi mesi fa. Il 2020, infatti, si era aperto con le buone prospettive auspicate dalle performance dell'ultimo quinquennio 2013/2018, con l'Abruzzo tra le prime tre regioni del Sud con un +50% nella crescita delle esportazioni (i dati sono quelli messi in luce dall'Osservatorio Permanente a cura di Wine Monitor Nomisma - attivato nel 2019 dal Consorzio di Tutela Vini d'Abruzzo). Il risultato veniva confermato e migliorato anche nelle esportazioni del primo semestre del 2019 che aumentava più della media italiana, registrando un +11,6% in Germania e un +4,1% totale nel mondo con la Cina best performer (+26,8%). Ma la pandemia ha cam-

biato completamente gli scenari.

«È presto per poter definire il trend perché i dati ancora non ci sono - afferma il Presidente del Consorzio di tutela Vini d'Abruzzo Valentino Di Campi - ma la situazione di fatto è questa. Le aziende più strutturate, inserite anche nei canali della grande distribuzione, stanno lavorando a ritmo pieno, mentre quelle che si interfacciano solo con il mercato horeca in questo momento stanno soffrendo perché il settore è praticamente fermo sia in Italia che all'estero. Questa è una fase in cui ci saranno cambiamenti notevoli sotto molti punti di vista. L'e-commerce, ad esempio, sarà approcciato anche da chi in passato ha dimostrato qualche resistenza, se vuole avere qualche chance». E-commerce e consegne a domicilio per stimolare il mercato interno sono due strategie d'emergenza per le quali alcune imprese si stanno attrezzando, ma non potranno certamente essere risolutive: proprio in questi giorni è partita sul social network la campagna #lovevinoabruzzese promossa dal Consorzio di tutela vini d'Abruzzo a sostegno del consumo di prodotti locali.

«In questo momento bisogna cercare di garantire al meglio la continuità delle relazioni, le aziende stanno spedendo le campionature almeno ai clienti già acquisiti - prosegue Di Campi - per poi essere pronti quando si tornerà operativi al 100%». «Stanno lavorando per migliorare la promozione e dopo aver spedito le cam-

pionature effettuiamo degustazioni on line - racconta Federico De Cerchio, titolare della cantina Torre Zambra - ora che abbiamo più tempo a disposizione possiamo confrontarci in videoconferenza con i nostri importatori. Abbiamo scelto di stare fermi, ma di concentrarci sulle relazioni con i clienti sia all'estero visto che esportiamo in 30 paesi nel mondo, sia sul mercato locale con le consegne a domicilio. L'e-commerce può essere una risposta, ma è un palliativo, e per chi volesse iniziare da zero rappresenta un investimento che non consente un rientro in tempi brevi perché necessita di una forte spinta a livello pubblicitario, data la concorrenza agguerrita sul web in questo momento».

In Abruzzo la viticoltura è il segmento più significativo del comparto agricolo con oltre 34.000 ettari di superficie vitata, 10.000 produttori di uva e circa 250 aziende di trasformazione, di cui 35 cantine cooperative che rappresentano circa il 75% della produzione complessiva. In Abruzzo la produzione annua è di circa 3,5 milioni di ettolitri, di cui più di 1 milione a denominazione di origine. Di questi, circa l'80% è rappresentato dal best seller Montepulciano d'Abruzzo. L'83% della produzione ricade nella provincia di Chieti, in prossimità delle colline costiere, mentre le province di Pescara e Teramo ne rappresentano rispettivamente il 10% e il 6% circa. Fanalino di coda il

territorio aquilano con solo l'1%.

«A marzo non ho emesso una sola fattura - dichiara Alessandro Nicodemi, vicepresidente del Consorzio Vini d'Abruzzo e titolare di Fattoria Nicodemi, azienda vitivinicola del teramano - a parte qualche ordine da parte di privati clienti affezionati. L'ultima spedizione per gli Stati Uniti è di fine febbraio. Bisogna ricordare che un'azienda agricola deve andare avanti, i vigneti vanno mantenuti e curati e per questo non posso mettere in cassa integrazione gli operai in vigna. C'è bisogno sicuramente di misure urgenti».

«È arduo in questa fase valutare gli effetti della pandemia sulle esportazioni del settore vitivinicolo abruzzese - dichiara Alessandro Addati, export manager - i produttori devono fronteggiare anche le difficoltà che si stanno verificando alle frontiere e gli incrementi nei costi di trasporto. Emerge con chiarezza l'importanza per le aziende viticole, e più in generale per il comparto alimentare, di sviluppare strategie omni-channel, che consentano di rendere disponibili i prodotti ai consumatori mondiali sia nel "fuori casa" che all'interno delle mura domestiche. In questo momento è necessario massimizzare l'impegno per presentarsi ad importatori e distributori esteri, sia da parte di chi già esporta sia di chi non ancora lo fa, per essere pronti quando riprenderanno regolarmente gli acquisti e i clienti esteri dovranno riempire i magazzini».