



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



UNA NUOVA VISION PER IL VINO ITALIANO: IN CAMPO MANAGER E IMPRESE

UE

Per vino e carni rosse punteggi ridotti per accedere ai fondi promozione. Uiv: "Primi effetti del cancer plan"

EXPORT

In nove mesi il vino italiano raggiunge quota 5,1 miliardi di euro. L'andamento per regione

TERRITORI

Individuate le aree idonee al deposito dei rifiuti nucleari: ecco quali sono quelle vitivinicole

MADE IN ITALY

La promozione al centro della tavola rotonda del Gambero Rosso. E arriva la guida Top Italian Food

ENOTURISMO

È svolta digital e femminile: la survey Divinea. Ma occhio all'errata applicazione della legge nazionale

In onda su
sky
canale 133 e 415

DAL MONDO

IL MIO EXPORT

Pietro Mascazzini – Cantina Gaggiano

1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale e in quali Paesi si concentra la vostra attività?

Diciamo un 50% export ed un 50% Italia. Gran parte della nostra produzione è esportata negli Stati Uniti, che raggiungiamo grazie a due importatori appassionati di piccolissime produzioni e denominazioni poco note. Promettenti collaborazioni invece stanno cominciando in Polonia e da una nazione insolita per il nebbiolo, l'Irlanda.

2 Cosa è cambiato e come stanno andando le esportazioni dopo i vari lockdown?

Dopo un iniziale contrazione per tutta la prima metà del 2020 abbiamo visto una buona ripresa che si è mantenuta per tutto il 2021. Nonostante il trend positivo i principali porti internazionali rimangono intasati e questo dilata molto i tempi di consegna nei Paesi di destinazione, di conseguenza rallentano i consumi e gli ordini. Situazione relativamente grave per noi piccolissimi ma complessa per aziende vitivinicole di grandi dimensioni.

3 Come pensate che il sistema vino debba ripartire? Quali devono essere le strategie e che aspettative avete?

La migliore strategia per noi è quella di mantenere una costante crescita sotto tutti gli aspetti, cercando nel frattempo di entrare in mercati consolidati ma considerare di espandere la rete distributiva anche in Paesi meno noti: spesso per piccole produzioni come le nostre basta un importatore appassionato capace di trasmettere entusiasmo per cominciare una nuova collaborazione.

4 Come va con la burocrazia?

È un aspetto poco poetico con cui ognuno di noi deve fare i conti, diciamo che per districarsi nel mare di carta (virtuale e non) bisogna armarsi di santa pazienza per affrontare procedimenti e piattaforme online non sempre intuitivi. Altra cosa, a nostro avviso importante, è affidarsi a buoni consulenti per non commettere errori grossolani e rimanere aggiornati sui sempiterni aggiornamenti delle normative.

5 Come sono cambiati l'atteggiamento e l'interesse dei consumatori stranieri nei confronti del vino italiano?

Domanda difficile. Rispondo in modo campanilistico: nelle nostre zone questo è un momento di rinascita che ha attirato anche qualche curioso in più rispetto ad una decina di anni fa. È capitato e ogni tanto capita ancora che i nebbioli di questa zona venissero definiti dalla stampa internazionale "baby Barolo", termine che senza nulla togliere a nessuno non ho mai trovato troppo lusinghiero. Molti consumatori stranieri oggi riconoscono nell'Alto Piemonte un terroir, un pezzo di Piemonte con un'identità distinta sia nel paesaggio sia nel bicchiere e questo è un grande traguardo per tutti noi.

6 Come promuovete normalmente i vostri vini all'estero e come lo state facendo in questo periodo di emergenza Covid-19?

Partecipiamo a qualche manifestazione mirata in Paesi target nell'attesa di poter visitare gli importatori già attivi in un momento meno complicato. Ci siamo concentrati sulla comunicazione, sui social e sul supporto all'importatore garantendo flessibilità, rapidità e tempi rapidi di consegna degli ordini oltre chiaramente ed essere in costante contatto con la rete agenti.

❖ Cantina Gaggiano - Lessona - Biella - cantinagaggiano.it

NEL PROSSIMO NUMERO
ISOLA AUGUSTA

