Vino, perché scegliere il grossista

20130315124312-0-b89a902a

La vendita del vino è una faccenda delicata, soprattutto perché il vino oggi, più che una bevanda, è un prodotto culturale, con molti significati, uno strumento per raccontare storie, territori ed esperienze. Per questo motivo si è sempre scelto come modello ideale di distribuzione, l'agenzia specializzata e visto con una certa ritrosia il mondo dei grossisti, spesso associati a distributori di vino sfuso.

Assistiamo invece, in un periodo di crisi dei consumi, ad una controtendenza perché in valore assoluto il numero dei grossisti nel settore bevande è cresciuto. Numerose le motivazioni: forse determinante il fatto che gli specializzati (dolciario, food service, ecc) hanno da qualche tempo allargato i loro assortimenti anche alle bevande, distribuendo pochi colli di beverage, realizzando più massa critica per meglio competere nel mercato intermedio della ristorazione.

[caption id="attachment_74120" align="alignright" width="112"]Riccardo Giuliani, A.D. di Partesa.jpg Riccardo Giuliani, A.D. di Partesa.jpg[/caption]

"Come dimostrano gli ultimi dati Mediobanca- spiega Riccardo Giuliani, Amministratore Delegato di **Partesa** - il grossista sta avendo un ruolo sempre più importante nel panorama della distribuzione del vino, in quanto in un periodo di crisi e incertezze il ristoratore o esercente commerciale ha bisogno di rifornimenti continui sulla base del reale consumo di vino nel suo locale. Nel mondo dei grossisti ci sono strade diverse da seguire, nella maggior parte dei casi il distributore subisce la richiesta del mercato, quindi non dà il suo assortimento, bensì si fa guidare dalle richieste del cliente, quindi è di facile influenzabilità in merito a prezzi ed esclusive. La strada scelta da Partesa è più complessa, ma più appagante per la fidelizzazione del PDC, in quanto il nostro assortimento vino è in regime di esclusiva".

[caption id="attachment_74121" align="alignleft" width="116"]
Luca Gasparella, direttore vendite Fratelli Rinaldi Luca Gasparella, direttore vendite Fratelli Rinaldi[/caption]

“I grossisti si sono soprattutto qualificati – spiega Luca Gasparella, direttore vendite **Fratelli Rinaldi**, si sono specializzati, hanno iniziato a lavorare sulla cultura di prodotto: cioè, meno sul prezzo rispetto a una volta, più sull’assortimento. Il servizio diventa la valenza primaria e insostituibile e i grossisti sono fondamentali perché erogano un servizio a 360°. Ai clienti come i ristoranti, che hanno problemi a fare magazzino (per scarsa disponibilità di spazi fisici, ma soprattutto per evitare carichi economici), i grossisti danno un servizio di frequenza e capillarità dei rifornimenti e di assortimento, anche molto leggero, per determinate tipologie di vini ‘alti’”.

[caption id="attachment_74122" align="alignright" width="114"]
Michele Scutari, direttore generale di Cippone & Di Bitetto Michele Scutari, direttore generale di Cippone & Di Bitetto[/caption]

“La mentalità del grossista – spiega Michele Scutari, direttore generale di **Cippone & Di Bitetto** Puglia, Baisilicata e Molise – è completamente cambiata, si usciti dalle logiche dello stoccaggio, verso la creazione di progetti su misura per una ristorazione, che cambia identità alla velocità della luce. Nel vino soprattutto la progettualità diventa strategica, adeguandosi alle richieste in continuo cambiamento di distribuzione, pagamento e aggiornamento”.

[caption id="attachment_74123" align="alignleft" width="252"]
Hermes Fusari, che con il fratello Giuliano è titolari del Drinkshop Hermes Fusari, che con il fratello Giuliano è titolari del Drinkshop[/caption]

“Per quanto riguarda il vino – interviene Hermes Fusari, che con il fratello Giuliano sono titolari del **Drinkshop**, uno dei più importanti cash&carry in Italia dal 1962 con tre esposizioni, posizionate nel bresciano – sono tre i fattori vincenti che ci hanno permesso di superare la crisi: la qualità di un buon assortimento, la consulenza dei nostri agenti, che nel beverage si rapportano direttamente con il mondo horeca e, soprattutto, il rapporto qualità/prezzo. Siamo grossisti e allo stesso tempo agenzia specializzata, tutti i nostri agenti sono formati ai corsi AIS e abbiamo introdotto anche una promoter per dare assistenza in modo più capillare nella ristorazione del territorio”.

[caption id="attachment_74124" align="alignright" width="116"]
Enrico Rota, titolare con i fratelli di Quattroerre Enrico Rota, titolare con i fratelli di Quattroerre[/caption]

Un altro motivo per il quale molti ristoratori e operatori horeca oggi si rivolgono al grossista è perché preferiscono interagire con un unico interlocutore capace di offrire un mix di prodotti. Una soluzione che consente di ottimizzare i tempi di ricerca e acquisto dei prodotti secondo le loro diverse esigenze

e gestire il magazzino in modo meno dispendioso. “Si è infatti compreso - spiega Enrico Rota, titolare con i fratelli di Quattroerre (quattroerre. com/it) di Torre dei Roveri (BG) - che la formazione, soprattutto di chi dovrà condurre l’azienda nel prossimo futuro, non solo è determinante, ma essenziale. Oggi ci sono master specifici proprio per la nostra categoria. Formazione che determina la specializzazione. Di riflesso anche l’assortimento ne beneficia e i vini da prezzo sono stati praticamente sostituiti da selezioni aziendali basate soprattutto sui vini del territorio”.

“Una carta ideale oggi ha sicuramente meno etichette di un tempo - precisa Hermes Fusari - i ristoratori chiedono carte mirate a km0 e molto flessibili, aggiornate in funzione della stagionalità”.

“Oggi più che mai il grossista – riprende Enrico Rota - cerca piccoli produttori che abbiamo acquisito quell’esperienza necessaria nel produrre bene e in modo costante. Un altro servizio vincente del grossista vino è la possibilità di consegnare il cartone assortito e/o con prodotti di prezzo assai diverso. Da noi in Italia è una pratica ormai acquisita che determina una fidelizzazione importante”.

“Consulenza, formazione e gestione del credito sono valenze che fanno la differenza, - conclude Michele Scutari - fattori determinanti con cui oggi si guarda al futuro per creare un nuovo rapporto nel mondo Horeca. La Ristorazione che si avvicina sempre più alla distribuzione all’ingrosso è un segnale di forte cambiamento, in special modo al Sud Italia. La ristorazione, soprattutto al Sud, ha una forte componente banchettistica e di catering, ha compreso perciò che il grossista non è più un distributore di vini sfusi, ma un prezioso alleato nella ricerca di nuove etichette con un rapporto qualità/ prezzo vincente. Per offrire un servizio sempre più diretto abbiamo creato la figura di tre agenti/promoter, dedicati esclusivamente al vino”.

“L’approccio innovativo al mercato che oggi in Partesa vale circa il 20% del fatturato - conclude Riccardo Giuliani - si basa sulla sinergia dei tre asset fondamentali Persone, Prodotto e Servizio. Un approccio che si caratterizza per il rapporto diretto con i produttori delle zone vitivinicole italiane. Partesa propone vini ricercati e di qualità sia nazionali che stranieri creando un fil rouge tra chi produce il vino e chi lo propone al consumatore finale. Abbiamo poi un team di specialisti in grado di fornire consulenze mirate al consumo e alla mescita del prodotto.

Un servizio personalizzato per il cliente del canale Ho.Re.Ca. attraverso la presenza settimanale sul punto vendita, l’ampiezza di gamma e le offerte ad hoc”.