Vini in gdo? Non basta per dire: «Non li voglio»

gardini-gdo-d501042a

Spesso, una delle motivazioni che spingono enotecari e sommelier, ma in genere chiunque lavori nell'Horeca e nel dettaglio, a sostegno della scelta di non acquistare alcuni vini di certe realtà produttive al momento della composizione del proprio assortimento, è la seguente: se ci sono anche nella grande distribuzione, allora non li compro. Comprensibile sotto un certo punto di vista, e i motivi li conosciamo tutti. Il primo è il prezzo: logiche commerciali differenti, volumi di acquisto completamente diversi e tutta una serie di dinamiche proprie della grande distribuzione – vedi le promozioni - , a parità di referenza, portano a praticare al pubblico prezzi più bassi nei supermercati. A volte, decisamente molto più bassi.

Che fare? Soprattutto se stiamo parlando di vini che amiamo, che i nostri clienti hanno sempre consumato e acquistato nella nostra struttura. Cosa gli diciamo una volta che non li trovano più a scaffale, oppure nella nostra carta dei vini al ristorante? «Guardi, lo trova tranquillamente nell'ipermercato qui vicino, significa che non è più buono». È vero? Non sempre, anzi, oramai non più. E questo per tanti motivi. In Italia facciamo fatica a considerare le corsie degli ipermercati che ospitano centinaia di vini come dei luoghi dove trovare anche referenze di un certo livello qualitativo.

Cambiare la distribuzione

All'estero la musica, invece, è completamente diversa. Quindi? Partiamo da una prima considerazione. Il commercio del vino e i relativi canali distributivi sono cambiati negli ultimi anni: l'e-commerce, anche se lentamente e a fatica, sta facendo passi avanti anche nel mondo del vino, e soprattutto la Gdo è molto più attenta di una volta. Oramai da anni non vive solo più di bottiglioni e vini in brik. Anzi, le poche etichette di pregio, spesso, non sono più tenute solo all'interno di una vetrinetta chiusa a chiave. Sono aumentate di numero e non sono più presentate in modo così elitario e distaccato come un tempo. Il discorso è lungo e complesso ed è anche difficile generalizzare perché le tantissime insegne che esistono in Italia, con logiche differenti a seconda delle metrature e della collocazione geografica, Schermata 2014-07-02 a 15.41.29portano a scelte antitetiche anche all'interno della stessa catena distributiva. Milano, piazza ricchissima di punti vendita di tutte le più

importanti aziende della grande distribuzione italiana, ne è un esempio. Se prendiamo in considerazione un nome importante, soprattutto nel Centro-Nord del Paese, come Esselunga, troveremo punti vendita con più o meno referenze, nonché alcuni selezionati negozi con un vero e proprio spazio ad hoc, vini “da enoteca” e un sommelier a disposizione per gli acquisti.

Competenza e servizio

Sul prezzo l’eventuale guerra è persa in partenza, quindi sarebbe un suicidio cimentarsi in questa competizione con la grande distribuzione. Certamente una profondità più puntuale del nostro assortimento e una ricerca di produttori più piccoli, e che non possono decidere di entrare nel canale della Gdo, è una linea guida da seguire. Però, che non sia un alibi per derogare da due aspetti che ancora fanno la differenza tra questi due canali di vendita. La competenza e il servizio. Difficilmente la Gdo potrà mai essere superiore al dettaglio su questi fattori. Quanto meno non nel breve termine.

Oramai, tutti comprano ovunque, quindi una netta divisione tra chi acquista vino solo e soltanto in un canale, non esiste più. Però il giusto consiglio, l’accoglienza e un servizio adeguato possono ancora fare la differenza e giustificare, anche a parità di referenza, prezzi più alti. Certamente non sproporzionatamente più alti però. Lo so, non è così semplice. Però la giusta conservazione dei vini non è un fattore secondario, e va comunicata e fatta sempre presente. La giusta scelta in base a ciò che dobbiamo cucinare o regalare, soprattutto durante le festività, sono aspetti che possono spingere ancora a privilegiare il dettaglio alla grande distribuzione.

È un periodo difficile, non solo per i piccoli dettaglianti in realtà, ma anche per le grandi catene, e i dati purtroppo lo confermano. Sicché, bisogna aumentare il livello di professionalità e marcare le differenze, non tanto e non solo di assortimento – le vie del commercio del vino sono infinite, quindi improvvisamente possiamo trovare tranquillamente anche un Grand Cru di Borgona a scaffale nella Gdo