

Primo Piano

Lo "stato dell'arte" per Cuzziol, Meregalli, Sarzi Amadè e Sagna

Se il 2024 può essere considerato l'anno del ritorno definitivo alla normalità, caratterizzato da un calo fisiologico dei consumi (dopo il 2022 e il 2023 in cui si è assistito al boom del dopo pandemia), è anche quello in cui sono emerse altre criticità, dall'inflazione che ha eroso il potere di acquisto dei consumatori alle sempre più forti spinte salutistiche, dalla perdita di appeal verso il vino da parte delle nuove generazioni, ai ricarichi spesso eccessivi dei ristoranti. Luca Cuzziol (Cuzziol Grandivini) spiega che il 2025 dovrà essere affrontato investendo su strategia e visione d'impresa, per non assistere alla "tempesta perfetta", e rilancia l'idea del nuovo Salone destinato ai distributori, attraverso la Società Excellence, di cui è presidente e che riunisce 21 importanti realtà leader della distribuzione: "non è ancora stabilita la data (gennaio 2026 o gennaio 2027, ndr), ma è certo che faremo una fiera destinata ai professionisti, con un sistema "blindato" di accesso" spiega. Per Alessandro Sarzi Amadè (Sarzi Amadè Srl), da un lato si è spenta l'euforia post-Covid e, dall'altro, sono aumentati i prezzi, e questo ha influito sul calo generalizzato dei consumi italiani fuori casa. "Il mondo del vino dovrà rivedere e semplificare la comunicazione rivolta a Millennial e Gen Z, per i quali oggi uno Spritz è più facile da capire di un bicchiere di vino, a causa di una narrazione spesso troppo difficile e complicata" afferma Sarzi Amadè. Secondo Marcello Meregalli (Gruppo Meregalli), se nel 2024 le denominazioni più prestigiose, dai Brunello ai Barolo, hanno tenuto bene, la politica dei prezzi degli ultimi anni non ha aiutato il mondo del vino. Per il 2025 Meregalli ha introdotto nel proprio catalogo vini e spirits low e no-alcol, ma spinge per una promozione della cultura del bere, consapevole e moderata, durante i pasti, oltre a chiedere la liberalizzazione di Uber e altri servizi similari, per tutte quelle zone cui non ci sono taxi o mezzi pubblici a disposizione. Per Leonardo e Carlo Alberto Sagna (Sagna Spa), l'anno si è caratterizzato per un contesto di mercato altalenante, segnato da profondi cambiamenti e sfide complesse, ma anche da opportunità di evoluzione: in generale i consumatori hanno privilegiato vini di fascia alta, confermando la polarizzazione verso prodotti di qualità (in approfondimento).

Approfondimento su WineNews.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



197690