

DANIELE COLOMBO DI ESSELUNGA GDO: UNA GRANDE VETRINA PER IL VINO ITALIANO

di RICCARDO COTARELLA

Secondo diverse statistiche, nel periodo del lockdown la grande distribuzione organizzata (Iper, super, libero servizio e discount) ha registrato un incremento degli acquisti di vino rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Ma, al di là di questa singolare parentesi legata alla Pandemia, com'è il mercato del vino nella grande distribuzione? Lo abbiamo chiesto a Daniele Colombo, wine and spirit category manager di Esselunga, prima per utili nella Grande distribuzione e prima al mondo per vendite al metro quadro, secondo quanto emerge dall'analisi dell'Osservatorio sulla Gdo italiana e sui maggiori operatori stranieri dell'Area studi di Mediobanca.

Tutto faceva presagire che il 2020 potesse essere un anno importante per il vino italiano sotto il profilo dei fatturati. Ma è arrivato questo Covid che ha sconvolto il mondo intero. Il settore vinicolo ne ha indubbiamente risentito, rallentando la sua corsa, senza fermarla del tutto come altre realtà. Se da una parte il settore dell'Horeca si è completamente fermato - causando un grosso danno a molte aziende vitivinicole, che hanno già perso irreversibilmente almeno il 30% delle vendite - dall'altro le vendite nella Gdo e nell'e-commerce sono andate bene. Ho ritenuto quindi importante rivolgere alcune domande a Daniele Colombo, direttore del settore Wine & Spirit di Esselunga.



Daniele Colombo wine and spirit category manager Esselunga

L'INTERVISTA

Qual è l'importanza del vino nella GDO?

● Con la pandemia di Covid 19 è emerso il ruolo fondamentale della Gdo come canale di distribuzione di beni di prima necessità. Durante il lockdown, infatti, l'intero Paese si è fermato, ad eccezione di pochi

servizi tra cui i punti vendita della Gdo.

● L'aspetto principale del comparto del vino nella Gdo, al di là delle cifre che il settore sviluppa, è quello di rappresentare una grande vetrina dell'enologia italiana, che non è composta solo da un'esposizione di bottiglie con relativi prezzi e promozioni, ma che racconta la storia di un territorio e delle sue persone, costituendo un importante punto di contatto tra il produttore e il cliente, nonché un'occasione di visibilità per l'azienda vinicola.

Quali sono le fasce di prezzo più vendute in Esselunga?

● Non è semplice rispondere a questa domanda e prima di farlo bisogna distinguere tra le diverse tipologie di prodotto: di consumo quotidiano, per le ricorrenze, vino da tavola o Docg.

● Certamente abbiamo tutti gli strumenti per poter stabilire verso quali fasce di prezzo i clienti sono più orientati, solitamente le bottiglie tra i 3 e 5 euro, anche

se negli ultimi anni abbiamo rilevato notevoli incrementi anche per l'acquisto di vino tra i 5 e gli 8 euro.

● Posso quindi confermare che sicuramente c'è un notevole interesse anche per l'acquisto di prodotti di fascia medio/alta, dovuto alla presenza a scaffale di produttori di qualità, senza dimenticarci che la Gdo non lavora con i margini e i relativi ricarichi dell'Horeca.

Esselunga sta dando molto spazio anche a etichette importanti. Qual è la risposta dei consumatori e quali sono i criteri di scelta da parte di Esselunga?

● Per Esselunga quella del vino è sempre stata una categoria fondamentale e, dopo la crisi del metanolo a metà degli

● Alla fine degli anni 90 abbiamo iniziato a inserire delle vere e proprie enoteche con sommelier Esselunga all'interno dei punti vendita e oggi ne abbiamo 80. Ed è proprio grazie alla presenza di personale Esselunga dedicato ai clienti, che i produttori di vino hanno iniziato a vederci come una vetrina indispensabile per parlare direttamente ai loro consumatori finali. Nel duemila, inoltre, si aggiunge il canale dell'e-commerce, che da subito propone un vasto assortimento di vini consegnati a domicilio insieme al resto della spesa.

● Siamo soddisfatti dei risultati ottenuti finora, ma guardiamo al futuro consapevoli che tutto è migliorabile, con l'obiettivo di cogliere i segnali che ci restituisce il cliente, sempre alla ricerca della qualità al giusto prezzo e di modalità di acquisto veloci e facilmente accessibili.



anni 80, abbiamo iniziato un lungo ma costante lavoro di riqualificazione del comparto, a partire dallo scaffale in legno, struttura che ancora oggi differenzia il vino da tutti gli altri settori all'interno dei nostri punti vendita.

● Naturalmente questo è stato possibile grazie alla rete di rapporti che da sempre manteniamo con i produttori: con quelli di lunga data intratteniamo rapporti diretti, tanto che ci forniscono vini ed etichette in esclusiva.

Qual è il futuro della Gdo nel vino secondo Lei?

● Le vendite in questi primi cinque mesi dell'anno, in linea con tutto il canale della grande distribuzione, sono andate bene. Si sono riscontrate velocità differenti tra le diverse insegne e zone d'Italia e differenti andamenti a seconda dei canali, ad esempio i negozi di vicinato hanno ritrovato un andamento positivo a discapito degli ipermercati.



ALCUNE CIFRE DEL VINO IN ESSELUNGA

280
fornitori diretti

Nel settore del vino Esselunga ha **280** fornitori diretti per oltre 1000 etichette.

95%
prodotti italiani

Il **95%** del giro d'affari e di numero di referenze è composto da prodotti di aziende Italiane.

+13%
vini biologici

Il comparto dei vini biologici l'anno scorso è cresciuto del **13%** a valore e del **14%** a volume.

+2,9%
vendite

Nell'anno **2019** il venduto è cresciuto del **2,9%** e i volumi dell'**1,44%** rispetto all'anno precedente.

● Dobbiamo pertanto guardare al prossimo futuro con moderato ottimismo, auspicando una chiusura dell'anno con segno positivo, in generale per la Gdo e in particolare per il nostro amato vino. ■