



Intervista a Luca Cuzziol: le tendenze del mondo del vino



di **Paolo Valente** pubblicato il 3 febbraio 2023

Analizziamo con l'amministratore unico di Cuzziol Grandi Vini la situazione del mercato del vino tra consumi, aumenti prezzo e prodotti biologici.

Dottor Cuzziol, ad un anno dal nostro precedente incontro durante il quale avevamo fatto il punto sulla distribuzione anche in considerazione della pandemia, come è stato l'andamento del 2022 e quali sono le previsioni per il 2023?

L'anno appena concluso è stato a due facce. I primi sei mesi hanno portato volumi importanti; poi si è visto un rallentamento nei secondi sei anche se il mese di dicembre è tornato in crescita. Questo significa che il mercato si è fondamentalmente stabilizzato. Quello però che sta succedendo è che il mercato si sta sempre più segmentando tra vini fini e importanti e vini di più basso posizionamento; i dati di vendita sono contrastanti: la Grande Distribuzione è in perdita nell'ultimo semestre mentre i vini che vanno su un mercato di più alto livello stanno performando bene.

Probabilmente il 2022 ha parzialmente stabilizzato la situazione ma dobbiamo ancora capire come sarà l'andamento del 2023. Secondo me sarà un anno che risentirà ancora dell'effetto Covid che indubbiamente ha cambiato il mondo compreso quello del vino.

L'aumento di prezzi a cui stiamo assistendo è giustificato o è frutto di speculazione?

Domanda interessante. Possiamo dire che ci sono state due tendenze. C'è chi ha approfittato del momento congiunturale per modificare il proprio posizionamento prezzi e questo è logico e corretto. Poi, sicuramente, c'è stato anche qualcuno che ha speculato.

Quanto il vino biologico viene richiesto dal mercato?

Il biologico diventa discriminante, in positivo, se è gestito senza un contesto speculativo. Quello che il consumatore chiede è che il vino sia buono e piacevole e poi che abbia anche una componente etica. Dobbiamo però dire che nella maggioranza delle enoteche di livello e dei ristoranti i vini bio sono gestiti come gli altri mentre nella grande distribuzione si tende a dar loro un grande risalto. Il biologico è interessante e, se gestito bene, è positivo ma bisogna anche tenere conto di quanto sia difficile e complicato praticarlo in alcune aree climaticamente svantaggiate. Occorre fare anche un ragionamento di costi/benefici.

A causa del cambiamento climatico, in questi ultimi anni, abbiamo assistito alla riduzione di certe produzioni e la legge di mercato ha portato a un incremento dei prezzi di vendita. Quanto il consumatore è in grado di comprendere questi aumenti?

Ci sono diversi aspetti. Da una parte ci sono i buyer di organizzazioni con numerosi locali che non accettano aumenti perché hanno un certo range di prezzo e non possono toccare i listini indipendentemente dalle condizioni climatiche o di mercato. E questo crea un problema. Poi, il consumatore finale è un po' più informato ma a causa di un incremento di autoreferenzialità di certe classi di operatori si è assistito a una speculazione che non è stata contenuta. A volte non si considera che il vino è un prodotto della natura e quindi limitato per definizione. Occorre accettare i limiti nelle quantità altrimenti occorre rivolgersi ad altri prodotti. Questo è un fenomeno complicato. Quello che stiamo cercando di fare è quello di proporre aree nuove o ampliare la proposta in aree particolarmente ricercate.

<https://www.zenomag.com/post/intervista-a-luca-cuzziol-le-tendenze-del-mondo-del-vino>