

In evidenza

Il vino e la Svizzera francese secondo il giornalista Pierre Thomas

di: Alessia Panzeca

4 agosto 2019



Dopo aver pubblicato l'intervista a Christian Eder, che ci ha parlato del mercato svizzero tedesco, abbiamo voluto approfondire ulteriormente il mercato elvetico facendo una chiacchierata con **Pierre Thomas**, giornalista e degustatore, giudice nei principali concorsi internazionali e già collaboratore di importanti testate come L'Hebdo, Vinum e 24 Heurs (il quotidiano più diffuso nella Svizzera francofona, con una tiratura di oltre 55.000 copie). Pierre oggi è giornalista freelance e, oltre a collaborare con testate come Le Matin-Dimanche, Hôtellerie e Gastronomie Hebdo, si dedica anche al suo sito www.thomasvino.ch. Di base a Losanna, Pierre ha un punto di vista privilegiato sul mercato del vino della Svizzera Romanda / francese. Il paese, infatti, è un importante sbocco commerciale per i nostri produttori, ma è anche articolato e complesso perché le caratteristiche interne variano molto, soprattutto passando dai cantoni germanofoni a quelli francofoni.

D. La Svizzera tedesca è un mercato di sbocco importante per il vino siciliano, e italiano in genere. Quali sono le principali differenze con la Svizzera Romanda, e a cosa sono imputabili secondo te?

R. Grazie al passo del San Gottardo, la Svizzera tedesca è fisicamente molto vicina al Sud delle Alpi e intrattiene da secoli relazioni commerciali con tutta l'Italia. A sua volta, la Svizzera Romanda è sia culturalmente che economicamente aperta agli scambi con i vicini francesi, avendo la Borgogna e la Valle del Reno a meno di 2 ore di macchina. In generale, la Svizzera è un mercato molto aperto in cui tutti i vini d'Europa si fanno concorrenza, mentre importa molto poco dal Nuovo Mondo. I vini prodotti in Svizzera, anche se hanno solo il 36% di marketshare, vivono un periodo di consolidamento in questo momento, in particolar modo se paragonati a 25 anni fa. In volume, il consumo dei vini italiani è pari a quello dei vini svizzeri. D'altra parte, i vini italiani, dal prosecco ai super tuscans, sono di gran lunga quelli più importati in Svizzera, superando i vini francesi e spagnoli.

D. Qual è, secondo te, la percezione del vino siciliano nel consumatore svizzero-francese?

R. Si può parlare solo di ciò che si conosce bene... Il consumatore svizzero è dipendente dall'attività degli importatori dei vini italiani che gli permettono di assaggiare i vini, solitamente nei ristoranti italiani, spesso nelle pizzerie o trattorie. Il mercato svizzero è complicato: in generale occorre avere un importatore nella Svizzera tedesca, un altro nella Svizzera Romanda e infine un altro nel Ticino! L'offerta su internet sta modificando un po' questa situazione. In ogni caso, quando li conosce, il consumatore svizzero apprezza molto i vini siciliani, ma è importante prima proporglieli in degustazione. Molti produttori siciliani considerano la Svizzera come un mercato interessante, soprattutto per i vini di alta gamma, cioè per quei vini particolari e cari. Il motivo è che il potere d'acquisto svizzero è elevato!

D. In cosa pensi che eccella la Sicilia del vino nel cantone francese e cosa pensi che ancora non abbia capito – cioè, in cosa, secondo te, ha margini di miglioramento?

R. La Sicilia purtroppo soffre ancora di una immagine diffusa non positiva. Spesso si associa il vino siciliano al nero d'Avola tout court e di conseguenza ci si immagina vini rossi con un'alta gradazione alcolica, pesanti, assimilabili al Primitivo, e questa percezione si riflette negativamente sul vino siciliano in genere. Ritengo che ci sia un gran lavoro da fare, specialmente per la DOC Sicilia che dovrà spiegare i nuovi requisiti della DOC e raccontare ai consumatori perché preferire i vini DOC Sicilia. I vini bianchi, soprattutto i più semplici, entrano in concorrenza con i vini svizzeri, che sono prodotti al 90% nella Svizzera Romanda. Ormai da 20 anni i vini bianchi esteri aumentano il loro marketshare in Svizzera, ogni anno. Nella GDO, poi, il fattore prezzo gioca un ruolo decisivo.

D. Sappiamo che tu non sei un fan dei social network, tuttavia, secondo te, che peso hanno i social network per il consumatore di vino svizzero-francese? Tu guardi, ogni tanto, le pagine social delle aziende italiane?

R. Dove inizia il dominio dei social network? I siti web fanno parte dei social network? Anche se Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, le varie app come MiVino e i siti di vendita online (ad es. Qwine) favoriscono l'acquisto spontaneo di vino, io penso che li utilizzino soprattutto i giovani, spesso "geeks". Bisogna quindi chiedersi chi è il consumatore svizzero di vino. La risposta probabilmente ci aiuta nella comprensione del fenomeno. Credo infatti che il consumatore svizzero di vino abbia un'età media abbastanza avanzata e che quindi non sia influenzato dai social network.

D. Cosa legge il consumatore finale per tenersi aggiornato sul mondo del vino? E invece il trade cosa legge?

R. Sempre più difficile da dire! Le fonti sono frammentarie e si sono moltiplicate: ci sono i cataloghi degli importatori, i reportage sui produttori e sui loro vini, le newsletter, le rubriche sempre più rare all'interno delle pagine dei quotidiani – che si ricordano del vino solo il fine settimana! Il mio sito (www.thomasvino.ch), aggiornato quotidianamente, è letto da 500 persone al giorno in media. I nuovi articoli che pubblico vengono immediatamente caricati sui social network collegati: Facebook, LinkedIn e Twitter e sono anche ben indicizzati su Google. Il sito, inoltre, ha circa il 25% di lettori localizzati in Francia. Se guardiamo alla stampa specializzata, l'edizione francese di Vinum resta riservata a una minoranza di appassionati e operatori in Svizzera Romanda. C'è da dire che la Svizzera Romanda rappresenta appena un milione e mezzo di abitanti, dunque sono questi i consumatori potenziali.

di Alessia Panzeca