



WINE BUSINESS 📅 1 Luglio 2020 👤 Emanuele Pellucci

## Horeca: strategie di recupero dei produttori del Centro Italia



Giugno ha evidenziato i primi segnali di ripresa dopo tre mesi di chiusura forzata, a causa del coronavirus. La vicinanza agli agenti e ai ristoratori è la strategia principale delle aziende del Centro Italia per il rilancio del canale Horeca.

Il mese di giugno è passato cercando di lasciarsi alle spalle, seppur gradualmente, la grave crisi causata dal Covid-19. E le Cantine italiane sono impegnate nell'attuare strategie, più o meno mirate, per recuperare le vendite, soprattutto attraverso il canale Horeca. In questa nostra terza puntata abbiamo interpellato alcuni marchi importanti del Centro Italia.



Stefano Leone, direttore commerciale mondo di Antinori

## Per Antinori l'unione fa la forza

«Difficile parlare oggi di strategie», dice Stefano Leone, direttore commerciale mondo di Antinori. «Seppure colti alla sprovvista, ci siano dedicati soprattutto a supportare quei clienti, principalmente ristoratori, che hanno continuato a lavorare. Molti sforzi saranno perciò indirizzati verso tutte le iniziative possibili volte ad aiutare i ristoranti nel mondo, perché la vera cosa di cui si dovranno riempire i locali sono i clienti. Per questo l'azienda ha chiesto al team commerciale estero di affiancarsi ai capi area e agli agenti del mercato italiano. Altro punto importante per il supporto del canale Horeca è la ripartenza dell'ospitalità nel settore enoturistico».



Da sinistra, Lamberto Frescobaldi e Stefano Benini, responsabile commerciale Nord America





Roberto Saletta, direttore commerciale di Chiarli

### **Sconto più magnum da Chiarli 1860**

Alla **Chiarli 1860** l'hanno ribattezzato "un brindisi per la ripartenza". È il piccolo ma significativo gesto che l'azienda emiliana ha voluto rivolgere ai propri clienti nel momento in cui il canale Horeca ha ripreso, seppur gradualmente, l'attività. «Oltre ad andare incontro nei pagamenti ai clienti che hanno dovuto chiudere per circa tre mesi ristoranti ed enoteche», spiega il direttore commerciale Roberto Saletta, «l'azienda ha voluto omaggiarli di uno sconto sul primo ordine dopo la riapertura e di una magnum dei nostri vini più pregiati. Piccoli gesti, è vero, ma sono stati molto apprezzati».