

Tommasi accelera in Asia con l'amarone De Buris

Il mercato orientale vale il 9% del fatturato di gruppo che nel 2019 dovrebbe superare i 30 milioni

di Giambattista Marchetto



Tommasi punta a Oriente con la spinta del progetto De Buris. L'Amarone di punta della famiglia veronese - la cui seconda annata, il 2009, debutta ufficialmente a metà ottobre - è stato infatti protagonista con il 2008 del Gran Tour organizzato a livello mondiale, con alcune tappe cruciali in Asia.

Crescita costante a Oriente

“Noi crediamo molto nei mercati dell'Asia e non da oggi - evidenzia Giancarlo Tommasi, enologo del gruppo con base in Valpolicella -. **Siamo partiti 25 anni fa** e progressivamente abbiamo conquistato una posizione in tutti i Paesi, tanto che oggi abbiamo un export manager italiano con base a Hong Kong che segue esclusivamente i mercati Asia. Il nostro sforzo principale è orientato a conquistare il gusto locale, ma in realtà il nostro mercato è composto anche da businessmen internazionali o expat in generale”.

Se l'Amarone è stato il biglietto da visita di Tommasi in Asia, per ragioni di prestigio e anche di gusti, il “gioiello” De Buris che arriva in commercio dopo 10 anni di pazienza e lavoro è oggi una testa d'ariete per il segmento luxury.

“Abbiamo iniziato la scorsa primavera, dopo Vinitaly, un percorso sui mercati asiatici - prosegue Tommasi -. Il Grand Tour ha toccato New York, Londra, la Scandinavia e alcune

tappe italiane, per finire con Pechino e Hong Kong, nei ristoranti dello chef Umberto Bombana. Ora partirà un nuovo giro e siamo molto concentrati sull'Asia, dato che l'attenzione sul lusso è molto forte. De Buris è un progetto di famiglia e l'abbiamo voluto per alzare l'asticella, trovando in Oriente un terreno fertile, in costante crescita”.

Fatturato 2019 verso i 30 milioni

I numeri descrivono l'interesse del gruppo Tommasi per l'Oriente. A fronte di un fatturato 2018 chiuso a 29 milioni di euro (+3,5%), **l'86% è derivato dall'export e l'Asia vale più del 9%**. Sul podio ci sono Giappone, Hong Kong e Cina, Corea e a ruota il Vietnam, in forte espansione.

“Le proiezioni per il 2019 mostrano un trend di crescita ulteriore, indicativamente con lo stesso passo del 2018 - anticipa Tommasi -. **Non sono aumentate le quantità, ma i valori medi di vendita.** E il traino ovviamente viene dai vini più importanti: il De Buris e gli Amaroni, ma anche il Brunello di Casisano e l'Aglianico di Paternoster”.

Una crescita di gruppo, dunque, che si avvia a superare i 30 milioni nell'anno in corso e che vede una buona performance anche in Italia, grazie proprio al De Buris.