

# Dietro le . quinte del mondo dei sigari

Se l'avete tra le mani siete solo alla fine di un lungo viaggio. Che comincia dalla terra, dal seme e che si sviluppa via via tra gesti sapienti, scelte rigorose e poi voli transoceanici, reti distributive, procedure di conservazione, strategie di marketing e vendita. Insomma, dietro la grande passione per i sigari c'è una scienza e un complesso progetto imprenditoriale. Claudio Sgroi, brand manager Davidoff in Italia, per conto della International Tobacco Agency, ci svela alcuni segreti di questo mondo straordinario. Perché forse non tutti sanno che...



Alla scoperta del viaggio che compie il sigaro dall'origine fino alle mani degli appassionati. Produzione, distribuzione, logistica, strategia: il brand manager di Davidoff per l'Italia, Claudio Sgroi ci racconta i complessi meccanismi di un mondo tutto da svelare

**Sigaro fenomeno di costume, sigaro oggetto di stile, sigaro grande passione di molti italiani. Però in pochi sanno come un sigaro arrivi da Oltreoceano fino nelle nostre mani. In qualità di distributore leader in Italia potreste spiegare ai nostri lettori questo meccanismo?**

Prima di raccontare il viaggio atlantico che i sigari intraprendono per arrivare fino in Italia, mi preme accennare qualche passaggio precedente. Procedure necessarie affinché giungano in perfette condizioni. Tutti i nostri sigari hanno almeno 4 anni di storia prima di giungere a regalarci le loro magiche volute. Tutti i tabacchi che misceliamo per formare la famosa "Liga" vengono prima di tutto "prodotti": significa che vengono selezionati i semi delle diverse tipologie di tabacco che usiamo, vengono sviluppati i germogli che a loro volta vengono ulteriormente selezionati per poter fare delle piantule forti e sane (lo scorso anno ne abbiamo prodotte ben 9 milioni). Queste vengono trapiantate e, una volta giunte a maturazione, le foglie

migliori sono raccolte per essere fermentate e invecchiate. Dopo questo periodo, alle foglie viene tolta la nervatura centrale, nuovamente fermentate e rimandate in alcuni depositi a temperatura e umidità controllate per un ulteriore invecchiamento di almeno un anno. Nel momento del bisogno i diversi tabacchi vengono miscelati in "cucina". Come in un laboratorio culinario, infatti, le varie tipologie vengono mescolate per dare carattere e forza diversa ai sigari: vengono costruiti, arrotolati e da qui partono nuovamente verso stanze ad ambiente controllato per un periodo di riposo non inferiore ai 6 mesi.

Successivamente vengono affidati alle mani delicate delle hostess di una compagnia aerea che li fa viaggiare verso i tre depositi di distribuzione che si dividono in 127 paesi nei quali siamo presenti. Stanford riceve i sigari che distribuirà negli USA, Weil per i paesi europei e Basilea per il resto del mondo. Una logistica molto

complessa che non è altro che una maniacale ricerca della perfezione fino a quando i sigari sono presentati ai consumatori nei punti specializzati.

**Come è strutturato il mercato del sigaro nel nostro paese sul fronte distributivo: qual è in sostanza il luogo privilegiato per l'acquisto dei sigari? Quali sono i marchi maggiormente distribuiti e la provenienza dei prodotti?**

Tutti i nostri sigari sono prodotti in Repubblica Dominicana, a Villa Gonzalez, tempio dei sigari dominicani e dove nei terreni limitrosi si concentrano le zone di produzione dei nostri tabacchi. Una terra fertile con un microclima particolare, protetta dagli uragani dalla cordigliera centrale, catena montuosa che la abbraccia, coccolando e proteggendo le piante. All'estero, visto le legislazioni e la facilità di poter vendere tabacco, esistono dei punti vendita che si occupano solo ed





## RITRATTO

CLAUDIO SGROI, 32 ANNI, LAUREA IN SCIENZE POLITICHE, RICOPRE IL RUOLO DI BRAND MANAGER DAVIDOFF PER LA INTERNATIONAL TOBACCO AGENCY, DISTRIBUTORE IN ESCLUSIVA IN ITALIA DEL NOTO MARCHIO DI SIGARI. IN PRECEDENZA HA RICOPERTO PER TRE ANNI IL RUOLO DI ASSISTENTE ALLE VENDITE CON LA RESPONSABILITÀ DELL'AREA SIGARI PER DAVIDOFF & CIE, A GINEVRA. NEI PRIMI ANNI DEL DUEMILA È STATO RESPONSABILE NAZIONALE VENDITE DI DISTRIBUTRICE S. KELNER A SANTIAGO DE LOS CABALLEROS, IN REPUBBLICA DOMINICANA.

esclusivamente di sigari, oppure si possono trovare dei cigar lounge forniti di tutto ciò che possa rendere felice un fumatore. Luoghi dove si può sostare per acquistare ma anche fumare un sigaro. Noi distribuiamo in Italia ben 7 marchi di sigari, dal Davidoff nostra punta di diamante e rappresentante della storia dei sigari nel mondo, passando dal nuovissimo Winston Churchill, nato dalla collaborazione fra la casa madre e il nipote di Sir. Churchill, per terminare con i Bundle Selection che si presentano a un pubblico ghiotto di aromi tipici della nostra maison ma che non vuole spendere cifre ingenti per l'acquisto. Tutti rigorosamente fatti a mano attraversando i 150 controlli di qualità che applichiamo ad ogni nostra creazione.

**Un aspetto fondamentale è quello della conservazione del prodotto, i vostri rivenditori come si attrezzano per conservare certi standard di qualità? E voi quali accorgimenti adoperate anche in fase di consegna della merce?**

Mi viene subito in mente una frase che ormai ritorna frequente lungo i miei numerosi viaggi attraverso lo Stivale: "ma i Davidoff non li trovo ovunque!". Sul fronte distributivo, noi ci appoggiamo prima di tutto a cari amici appassionati, che hanno fatto della loro passione il proprio mestiere, quello del tabaccaio. Sono tutti forniti di armadi umidificati per poter conservare in perfette condizioni i nostri, come li chiamo io, "Bambini". 4 anni di lavoro, di ricerca e sforzi non vanno persi, preferiamo essere presenti in meno punti vendita, ma sicuri che i fumatori fedeli ai nostri marchi trovino un ambiente accogliente, dei professionisti del settore e sigari sempre perfetti. Abbiamo una politica molto selettiva in questo senso, dovuta al fatto che cerchiamo di avere un controllo verticale sui nostri prodotti, dal seme alla cenere.

**Nel vostro lavoro c'è anche una sorta di scouting, cioè di ricerca e di selezioni di nuovi prodotti sul fronte dei sigari? Come vi approximate alla valutazione di un nuovo sigaro per ipotizzarne l'immissione sul mercato italiano?**

Noi abbiamo una grande particolarità, pensiamo ad un sigaro nuovo e di conseguenza ne creiamo i tabacchi, li coltiviamo, li curiamo e da lì nasce poi quello che sarà un sigaro. Questa è una prerogativa tutta nostra, che non riscontriamo nei nostri competitor. Siamo sempre all'ascolto delle esigenze del pubblico, alle tendenze con un occhio di riguardo ai formati, alla forza e agli aromi. Abbiamo la fortuna di usare diversi tipi di tabacchi, coltivati in diverse zone e vantiamo uno stock di tabacchi di almeno sette anni di raccolte. Tutto questo ci offre in pratica infinite possibilità di combinazioni per poter presentare novità di ogni sorta. Faccio ai vostri lettori una piccola confidenza: in fabbrica, a Villa Gonzalez, ci sono già pronti 890 sigari che potrebbero essere prodotti e immessi nel mercato, ma per ora sono lì a riposo, pronti per essere tirati fuori dal cassetto e intraprendere la strada che li porterà fino a noi.

**In questo periodo di crisi generale dei consumi, dal vostro osservatorio privilegiato, qual è l'andamento del mercato del sigaro? Ci sono flessioni oppure gli estimatori non rinunciano a questo piacere?**

Quello del sigaro è un piacere, un gusto, ma soprattutto uno stile di vita. Le persone che si avvicinano alle nostre preziose creazioni sono prima di tutto rispettosi del lavoro che facciamo, amanti del piacere gustativo, una sorta di approccio religioso. È vero che una flessione c'è, la crisi si sente come si ripete e leggo quotidianamente, ma una persona raramente si priva di un piacere come quello di degustare un sigaro. Un sigaro non si fuma mai fra un appuntamento e l'altro, o redigendo una relazione o tanto meno durante una trattativa. Va sempre trovato uno spazio nella nostra giornata dove cerchiamo di fermare il tempo e lasciarci accarezzare dal profumo di un sigaro.

**In Italia sono nati e continuano a sbocciare forme di club per la promozione e la degustazione dei sigari. Come considerate queste forme di aggregazione, sono un bene per la diffusione della cultura del sigaro oppure rischiano di chiuderlo troppo in una cerchia elitaria?**

In Italia per molto tempo, quella del sigaro è stata una moda che ancora oggi continua rinnovandosi. Ora siamo di fronte a un grande movimento che, di fatto, ha accompagnato sin dagli albori l'ingresso dei sigari nel mercato italiano. Però purtroppo, in certi casi, queste realtà sono scadute in una sorta di aggregazione di amici che fumavano



IL FUMO NUOCE GRAVEMENTE ALLA SALUTE

solo e sempre una sorta di sigari o solo di una provenienza. Non ritengo questo movimento una cerchia elitaria, anzi ai club va in certi casi il merito di aver avviato una sorta di democratizzazione del piacere del sigaro. Il problema a volte riguarda la chiusura di scelte rispett all'infinito mondo del sigaro, riducendolo a poche referenze, precludendo agli appassionati la scoperta di altri aromi, sapori e sensazioni. Non ho mai visto un wine bar o un enoteca che avessero solo vini italiani o francesi! Il sigaro è cultura, stile e passione ma anche curiosità. Io in primis ho sempre cercato di trasformare la mia voglia di fumare un sigaro in una ricerca di un viaggio che mi portasse attraverso diversi paesi, culture e tradizioni. Il sigaro, se lo ricerchiamo, può regalarci tutto questo.

**Voi siete il distributore esclusivo di uno di più prestigiosi marchi al mondo nel campo dei sigari: Davidoff. Quale livello di eccellenza vi viene richiesto per contare su questo marchio? Qual è la filosofia Davidoff per il mercato italiano?**

La International Tobacco Agency, ormai da 11 anni distribuisce in esclusiva per l'Italia i sigari del gruppo Oettinger Davidoff. Professionalità, passione e cura di dettagli sono stati i principali fattori che hanno indirizzato la Maison ginevrina nel darci fiducia, concedendoci la cura

dei suoi "bambini" nel nostro Paese. Siamo riusciti a tradurre la filosofia Davidoff in modo chiaro e costante, qualità e ricerca dell'eccellenza. Ci siamo attrezzati con sofisticati mezzi per la conservazione dei sigari, perché noi siamo i primi a rispettare i canoni di temperatura e umidità che questi hanno bisogno. Zino Davidoff era un amante del nostro Paese, adorava la pasta e in particolar modo gli spaghetti: Davidoff ha un occhio di riguardo per l'Italia, dove siamo sempre attenti alle aspettative del mercato. Non vorrei essere retorico e tirare l'acqua la mio mulino, ma con il tempo ho capito l'essenza di una frase che mi è stata detta nelle piantagioni dominicane: "I Davidoff sono sigari diversi dagli altri, non solo devono essere perfetti ma soprattutto devono essere costanti nel tempo!". Ogni giorno mi sforzo di tradurre questa frase nel lavoro che oggi svolgo.

**Qualche anticipazione per gli appassionati: ci sono novità a livello di sigari per quest'anno? Usciranno nuovi prodotti?**

A me non piace mai annunciare eventuali novità. Significherebbe far perdere di valore la novità stessa e sminuire la sorpresa. Però sono certo che a sia in Repubblica Dominicana che a Basilea, dove è la sede del gruppo Oettinger Davidoff, stanno lavorando duramente a qualcosa che i nostri amici fumatori chiedono da tempo. Ho anticipato che dietro i nostri prodotti facciamo ricerca. Oggi siamo in grado di produrre un nuovo tabacco, un nuovo stile che presto verrà tradotto in sigaro. |



LA FONTE DI UN GENIO È LA SOLA IMMAGINAZIONE, LA RAFFINATEZZA DEI SENSI CHE VEDE QUELLO CHE GLI ALTRI NON VEDONO, O LO VEDE IN MODO DIVERSO.  
EUGÈNE DELACROIX



B&G N.4 - IL TEMPIO DEL TABACCO - P.108



WWW.ITAGENCY.IT  
WWW.DAVIDOFF.COM