



La News



Inizia la presidenza Gonzaga

Al Comitato dei Grandi Cru d'Italia inizia l'era del nuovo presidente, il Marchese Carlo Guerrieri Gonzaga (nella foto), a capo della griffe trentina San Leonardo. Una gestione in continuità con le precedenti, a partire dalla sfida al mercato cinese, ma che aprirà nuovi fronti: il grande tema del turismo, un settore strettamente legato al mondo del vino, la tutela del paesaggio e dell'ambiente, a partire dai territori più vocati alla viticoltura, la sostenibilità, a cui i consumatori sono sempre più attenti, e la riscoperta delle tradizioni. "Tutela del paesaggio, sostenibilità e tradizioni - ha detto Gonzaga - sono argomenti cari a noi tutti, e di vitale importanza per un futuro da Grandi Cru".



VILLA SANDI

SMS L' "erga omnes" critico

Un'azienda vitivinicola che non fa parte per precise scelte strategiche di un consorzio di tutela, perché è obbligata ad aderirvi? "Potenza" dell' "erga omnes" oppure effettiva criticità legislativa? Secondo Pietro Caviglia, presidente Ugvi (Unione Giuristi della Vite e del Vino), non ci sono dubbi: "il contrasto c'è ed è il Legislatore che lo ha creato. I Consorzi sono restati associazioni volontarie" ma di fatto, nell'espletazione delle loro funzioni, disegnate dal decreto legislativo n. 61/2010, "assumono funzioni come da Consorzi obbligatori". Sarebbe stato meglio che si fossero creati "Consorzi regionali obbligatori che avrebbero sgombrato il campo da una criticità giuridica che, stando così le cose, invece, resta".

Cronaca

Champagne ancora giù in Uk

Il Regno Unito, con 30,8 milioni di bottiglie, è ancora il primo mercato per le esportazioni di Champagne al mondo, ma il calo continua inarrestabile: -5,1% in volume e -3,8% in valore, nel 2013. Un'ulteriore frenata cui fa da contrappeso la crescita di Giappone, Belgio e Australia. Una dinamica che non preoccupa il Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne, nonostante i numeri di Wine Intelligence incoronino un nuovo re nel mondo delle bollicine: il Prosecco.



Primo Piano

L'e-commerce, una nicchia piena di possibilità

L'e-commerce enoico, in Italia, anche se dati ufficiali non ce ne sono, è ancora una micro-nicchia, visto che si stima il suo valore in 30 milioni di euro. Eppure, in tanti ci credono e ci puntano. E non a caso è stato uno dei temi caldi di Vinitaly. La stessa VeronaFiere ci investe, al punto che il portale e-commerce Vinitaly Wine Club, lanciato nel 2013, ha già avviato una collaborazione, in Italia, con "Vini24" (www.vini24.ilsolare24ore.com), il progetto di vendita di vino on line de "Il Sole 24 Ore", ed è pronto a sbarcare in Cina, in partnership con il portale Wineyun.com. Ma è un canale sempre più esplorato anche da realtà diverse, ed è il caso di SaldiPrivati.com (www.saldiprivati.com), uno dei principale player delle flash sales on line in Italia, con oltre 2 milioni di iscritti, che non solo ha iniziato una partnership sull'enogastronomia con Eatly, ma che punta sempre più sul vino. "Per tre motivi fondamentali - spiega a WineNews l'ad Bruno Decker - ovvero che il business del vino on line, seppur ancora piccolo, è in crescita e noi vogliamo arrivare al 5-6% del mercato totale nel giro di qualche anno. E poi il fatto che l'offerta enoica ha allargato la nostra community, prevalentemente femminile, al pubblico maschile, e inoltre il valore del carrello di chi acquista vino, è mediamente più alto di chi non lo fa". E se sul fronte cantine "la prima perplessità è la paura di mettere a rischio il proprio posizionamento di prezzo", ha spiegato Matteo Lunelli, alla guida della griffe delle bollicine Ferrari, basta trovare la formula ed il partner giusto, e i risultati arrivano. "Soprattutto perché con le vendite flash riesci a farti conoscere da chi, magari, non ti conosce ancora, e senza andare in conflitto con alti canali di distribuzione". E i marchi importanti ci credono, visto che con SaldiPrivati.com, che ovviamente punterà sulla vendita, ma anche sulla "narrazione dei vini e dei territori", aggiunge Decker, lavorano già nomi del vino come la stessa Ferrari, Argiolas, Feudi di San Gregorio, Michele Chiaro, Bellavista, Contadi Castaldi, Umani Ronchi, Mionetto, Masciarelli, Terredora, Carpineto, Marco Felluga, Sella & Mosca, La Bracesca, Velenosi e tanti altri.

Focus

Come corrono le valutazioni dei filari

La bolla che aveva portato gli investitori di tutto il mondo a setacciare le colline dell'Astigiano e del Chianti, pronti a ricoprire d'oro le poche aziende vitivinicole disponibili a vendere, è "svaporata" nel 2009, sotto i colpi della crisi. Dopo 4 anni, però, le compravendite hanno ritrovato un equilibrio, con la ricomparsa sul mercato di buone opportunità per investire in immobili e vigneti. Un ritrovato brio confermato dal Centro Studi di Casa.it (www.casa.it), il portale immobiliare più visitato d'Italia, che, nei giorni del Vinitaly di Verona, ha analizzato l'offerta di terreni coltivati a vite, parte residenziale e pertinenze produttive (cantine e macchinari) nel periodo 2012/2013, evidenziando una crescita del +5,8% annuo, con trattative d'acquisto che, nel 90% dei casi, partono oggi da valori pari o superiori al milione di euro. "Stabilire il reale valore di un vigneto ai fini dell'investimento - spiega Daniele Mancini, ad di Casa.it - è un'operazione complessa, dove entrano in gioco non solo le variabili agronomiche, ma anche il valore aggiunto legato alla fama del territorio, al blasone del marchio di denominazione e alla tradizione della tipologia prodotta localmente".



ESPERIENZA
E PROFESSIONALITÀ
AL SERVIZIO DEL BUSINESS



Chianti
CONSORZIO VINO CHIANTI