



La News



Il vino porta entusiasmo

Pittura, scultura, letteratura, musica, cinema, fotografia: il vino riesce davvero ad ispirare ogni arte. Perché "porta entusiasmo, aiuta ad uscire dalla dimensione del banale, come si faceva all'epoca di Dioniso, ballando e bevendoci su. Tutte le arti si fondano su questo concetto, per scappare dalla realtà quotidiana, e allora quale "sostegno" migliore se non il vino?". Parola di Philippe Daverio, che, dal Vinality (Verona 22-25 marzo), spiega a WineNews, il legame tra il vino e l'arte, connubio di cui sempre si parla, ma che solo un critico può raccontare in profondità. Perché comprenderlo, aiuta a capire come con le arti e la bellezza si dovrebbe raccontare e comunicare il vino.



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

Ocm & Paesi Terzi

Export, strada obbligata per il vino italiano, che porta sempre più verso i Paesi extra Ue, che oggi valgono il 58% del consumo di vino mondiale. Mercati fondamentali anche per l'Italia, considerando che per il Belpaese il prezzo al litro del vino esportato in Ue è 1,91 euro, mentre quello che finisce fuori dall'Unione Europea si attesta sui 3,75 euro. Tutti buoni motivi per valorizzare al meglio lo strumento dell'Ocm vino, che per la promozione nei Paesi terzi prevede 100 milioni di euro all'anno di finanziamenti per l'Italia. "Ma serve puntare su più qualità delle azioni di promozione e su sinergie più forti sui mercati", spiega Silvana Ballotta (Business Strategies), che con WineMonitor (Nomisma) ha lanciato un Osservatorio dedicato proprio ai Paesi Terzi.

Cronaca

Web, vino & sofisticazioni

Web, vino & sofisticazioni: a Vinality arriva la firma del Ministro delle Politiche Agricole, Maurizio Martina, e del presidente Federdoc, Riccardo Ricci Curbastro, sul protocollo d'intesa con eBay, il big dell'e-commerce, che si impegna così a rimuovere gli annunci ogni volta che verranno riscontrate violazioni sui vini Dop e Igp. "Un primo passo concreto - spiega il Ministro - della strategia che abbiamo messo in campo per tutelare lo straordinario patrimonio del made in Italy dalla minaccia della contraffazione".



BAGLIO DI PIANETTO
CHATEAU SICILIANO

Primo Piano

L'e-commerce del vino. Trend in crescita

Il web sembra essere la nuova via per il commercio di vino nel mondo. Ed anche in Italia le acque si stanno muovendo con i siti di vendita specializzati che confermano a Winenews il buon andamento delle vendite online. "Noi di Xtrawine (www.xtrawine.com) - dice Stefano Pezzi - abbiamo venduto nel 2014 240.000 bottiglie di vino. Siamo on line dal 2010 e ogni anno abbiamo raddoppiato le vendite. Nel 2015 prevedo, per il nostro sito, una crescita del 40/50% di ordinazioni, con il prezzo medio delle bottiglie sui 18-19 euro". Guarda positivo al futuro anche Negozio del Vino (www.negoziodelvino.it): "Siamo on line da soli 2 anni - dice l'ad Giuseppe Gallarati - ma abbiamo visto crescere costantemente gli acquisti. Nel 2015 sono aumentati del 25% ogni mese". Che il trend delle vendite è in crescita lo conferma anche Mattia Giorgi, web marketing manager di Vinality Wine Club (www.vinalityclub.com): "gli ordini sono aumentati del 83% dal 2013 al 2014, con l'ordine medio degli acquisti che è intorno ai 90 euro. Anche il trend di vendite è molto positivo (+100% nei primi due mesi dell'anno in corso rispetto al precedente)". Tannico (www.tannico.it) invece "sta registrando incrementi superiori al 300% con un volume di fatturato di 10 milioni previsti per il 2016. Questo dimostra che comprare e vendere vino online è un trend in crescita. Nel 2014 abbiamo venduto un totale di 200.000 bottiglie di vino, con un prezzo medio di 16 euro". Le vendite stanno aumentando anche per Wineshop (www.wineshop.it) che nel 2014 "ha venduto 72.000 bottiglie - fa sapere Andrea Gaetano Gatti - con un prezzo medio di 10 euro". "Nel 2014 - raccontano da Svinando (www.svinando.com) - abbiamo venduto 100.000 bottiglie, + 400% rispetto al 2013 con un prezzo medio per una bottiglia di 12 euro". Trend più che positivo anche per Italian Wine Selection (www.italianwineselection.com): "abbiamo venduto 7700 bottiglie - fa sapere Tonino Terminiello -, ad un prezzo medio di circa 46 euro". "Noi siamo tra i piccini dell'e-commerce - dice Alessandro Morichetti (www.doyouwine.com) - ma siamo cresciuti del 50% tra il 2013 e il 2014 e contiamo di fare altrettanto nel 2015".

Focus

Il vino in gdo, in Italia e nel mondo

Tra gdo e vino il rapporto è molto complesso e diviso a metà, tra gli scaffali del mondo, dove occorre più visibilità - e aggregarsi per esser più grandi può servire - ed aumento del valore (la Francia resta ancora a distanza sul prezzo/litro), e l'Italia dove c'è bisogno di meno promozioni e più attenzione ai prezzi. Così da Vinality, Veronafiere e Iri, che hanno messo in evidenza la leadership del vino italiano, trainata dalle bollicine, nella gdo Usa (60% di quota di mercato) e Uk (20%). Ma in Germania cominciano a palesarsi segnali di saturazione (5 miliardi di giro d'affari, metà dal vino importato, con l'Italia a quota 30%). In Italia, nonostante il segno più, è difficile parlare di inversione di tendenza, e bastano due dati per comprenderlo: nel 2002 i prezzi crescevano al ritmo del 17%, oggi siamo a -2,6% (sull'anno precedente); sempre nel 2002 le referenze erano 12.000, oggi sono 21.000 (1.000 etichette per Regione). Un iper frazionamento che racconta sì la nostra ricchezza, ma anche un'incredibile proliferazione di etichette, indotta in parte dalle stesse "private label" della gdo. E che, tra calo dei consumi e corsa al "vendere per vendere", finisce solo per impoverire il prodotto vino.



Chianti
CONSORZIO VINO CHIANTI

VERDICCHIO
TALENTI SI NASCE, CAMPIONI SI DIVENTA!

