

Novità dal mondo del vino e Internet 02/2009

I temi: Le persone che fanno Wein-Plus – Degustatori sotto esame – Nuova Agricoltura in fiera – Sempre meno riviste del vino – La strategia in cantina: aprire nuovi sbocchi su mercati esteri

Gentile lettore,

"brutti ma buoni e accurati" ... questo slogan della scorsa lettera ai viticoltori italiani è piaciuto tanto! Per questo abbiamo pensato di lasciarlo al suo giudizio presentandole, nelle prossime edizioni in questa sede, il team di Wein-Plus. E durante le prossime fiere potrà anche verificarlo di persona "face to face"...

Le persone che fanno Wein-Plus: Utz Graafmann



Iniziando con quest'edizione desideriamo presentarle le persone che sono dietro le quinte di Wein-Plus. Operare in internet è stata certamente una scelta ragionata, ma le guide e l'ampio contenuto della più grande rete del mondo del vino in internet non si fanno da soli.

Il direttore ha ideato e fondato Wein-Plus.de nel 1998. Ingegnere informatico e amante del vino, voleva creare quello che gli mancava: un'informazione periodica, profonda e altamente professionale sul vino e su tutto quello che circonda questo mondo. Dall'impegno, inizialmente volontario, di una sola persona si è sviluppata una ditta con oltre 30 collaboratori impegnati. Wein-Plus è oggi il mezzo indipendente di comunicazione leader nel settore enologico di internet.

Utz Graafmann è anche un appassionato di cani. Tutti i giorni va a passeggiare nel bosco con il suo Golden Retriever: li trova la carica per la giornata, tiene i piedi per terra e non rischia mai di perdere il senso della realtà. Apprezza soprattutto le diversissime peculiarità dei vini di tutto il mondo ed è particolarmente orgoglioso che questa molteplicità, oggi, trovi sempre più espressione nella guida di Wein-Plus.

California: Degustatori di vini non qualificati

Da una ricerca è risultato che la maggior parte dei degustatori di vini californiani non conosce il suo mestiere. Come riportato dalla rivista tedesca "Der Spiegel", un ricercatore californiano ha analizzato, nell'ambito di uno studio durato quattro anni, le competenze dei degustatori di vini della fiera del vino "California State Fair". Secondo quest'analisi, i giudizi dati dalla maggior parte dei membri della giuria non sono riproducibili; il 90 per cento non è stato in grado di valutare nemmeno approssimativamente un vino infilato più volte in una degustazione cieca. Un decimo degli esaminatori ha espresso addirittura valutazioni estremamente contraddittorie dando, per esempio, allo stesso vino una volta un punteggio molto basso e un'altra volta uno molto elevato. Gli organizzatori della California State Fair hanno reagito destituendo dalle loro cariche i degustatori incapaci e imponendo ad altri di testare solo metà dei vini che provavano finora. Osservatori critici, tuttavia, dubitano che con queste misure vengano risolti i problemi nelle degustazioni cieche di massa.

L'opinione di Utz Graafmann su questo fatto: "Questo risultato è per me tutt'altro che una sorpresa e trova riscontro anche nella nostra esperienza. Già da tempo stiamo cercando un altro degustatore qualificato. Ma molti candidati cascano nella riproducibilità dei risultati. Quello che impressiona è vedere a quante "rinomate" degustazioni queste persone hanno già partecipato spesso. Per i nostri degustatori, accanto al quotidiano controllo vicendevole nella degustazione cieca, l'immissione regolare di assaggi doppi rientra nel programma fisso di controllo della qualità.

Torino: CAMPUS Salone della Nuova Agricoltura

Dal 26 al 29 marzo 2009 al Lingotto Fiere di Torino debutterà un evento che intende presentare gli aspetti più innovativi del settore agricolo ed ambientale, offrendo alle aziende e agli operatori gli strumenti per affrontare i mercati del futuro e, al grande pubblico, la possibilità di scoprire la realtà dinamica dell'agricoltura di oggi e di domani. Andrea Varnier, Direttore Generale Lingotto Fiere, afferma che "nelle nostre intenzioni, questo nuovo salone

punta a diventare un momento culturalmente importante di confronto tra agricoltura e società, in grado di stimolare la circolazione di idee e soluzioni all'avanguardia, utili a sostenere la crescita imprenditoriale e la competitività di aziende agricole e operatori della filiera."

L'opinione di Wein-Plus: Peccato che, in quelle date, nel campo vitivinicolo saremo tutti alla ProWein e in preparazione della Vinitaly! Si sarebbe dovuto scegliere meglio la data per permettere anche al nostro settore un coinvolgimento adeguato, vista la sua importanza ambientale ma anche economica per l'Italia.

Germania: si stampano sempre meno riviste sul vino

A gennaio lo Jahreszeitenverlag ha annunciato la sospensione della rivista di interesse speciale "Wein-Gourmet". Il numero 1/2009 è stato l'ultimo. E adesso sembra che anche la rivista "Vinum" sia in cattive acque perché i lettori continuano a diminuire e, quindi, la rivista perde d'interesse per la clientela della pubblicità. Le statistiche indicano numeri in continua discesa per tutte le riviste stampate a tema, e non solo nel campo enologico. Le soluzioni online delle testate di stampa non trovano sufficiente riscontro tra i lettori. Questi, infatti, migrano piuttosto verso portali affermati come Wein-Plus, che è ben noto per la sua competenza in fatto di vino e di internet.

La strategia in cantina:

Aprire nuovi sbocchi sui mercati esteri – ma con metodo (prima parte)

Per il successo nell'esportazione di vini sono determinanti un'accurata preparazione e programmazione e una strategia ben studiata. L'impegno verso mercati esteri pone qualsiasi cantina di fronte a nuove sfide. La costruzione o l'ampliamento dei rapporti commerciali con l'estero, in genere, è legato a rischi maggiori che non il lavoro sul mercato interno. Le opportunità e i rischi della creazione di relazioni commerciali con l'estero che siano sostenibili nel tempo devono, pertanto, essere accuratamente studiate e valutate in precedenza. La premessa per l'apertura verso nuovi mercati è un confacente progetto di marketing. L'analisi approfondita del mercato target estero e un piano di marketing dettagliato sono componenti determinanti del successo nell'esportazione. Ciò vale, in particolar modo, per la costruzione di strutture di vendita all'estero.

Motivazione per l'approccio dell'export

Le aziende vinicole hanno molte ragioni per impegnarsi nel lavoro con l'estero. Per esempio, nonostante buoni risultati sul mercato locale, potrebbero esserci ancora capacità disponibili. Questo sarebbe una buona premessa per il salto verso l'estero e/o per l'ampliamento della clientela. Se, però, vi sono ancora disponibilità perché gli affari con la clientela usuale in casa non vanno bene o per la mancante qualità, questo non significa affatto che le esportazioni possano compensare questa difficoltà. Una sana struttura di vendita dovrebbe essere sempre basata su più pilastri: 1/3 commercio specializzato e gastronomia, 1/3 clienti privati, 1/3 export. Altrimenti, se ci si concentra troppo su pochi grossi acquirenti in pochi mercati d'esportazione, potrebbero crearsi rapidamente dei pericolosi rapporti di dipendenza.

Leggete nel prossimo numero quali sono i mercati esteri che si prestano per la vostra cantina.

La prossima edizione delle novità dal mondo del vino e internet uscirà fra circa un mese. Se ne ha perso una precedente, la trova [nell'archivio newsletter](#).

Per commenti, domande e/o suggerimenti ci scriva per favore una mail a contact@wein-plus.it. Grazie. [E cosa dicono gli altri di Wein-Plus si legge qui](#).

Auguriamo sempre un buon vino nel bicchiere!

Il suo team di Wein-Plus

Wein-Plus - Il portale più letto nel mondo del vino in Europa

www.Wein-Plus.de - www.Wein-Plus.com - Ulteriori informazioni anche qui: www.wein-plus.it

Wein-Plus GmbH, Wetterkreuz 19, D-91058 Erlangen, Tel: +49 1803 151505, Register HRB 10563,
Amtsgericht Fürth, Steuernummer: 21614220519, Geschäftsführer: Utz Graafmann,
Fax: +49 9131 755050, E-Mail: contact@wein-plus.it