

Novità dal mondo del vino e Internet 04/2009

I temi: Abruzzo – Il mercato del vino italiano in Germania – 7 maggio: una data da non perdere – Le persone che fanno Wein-Plus: Gabi Satzinger – Tendenze del vino – Statistica dell'OIV – Lo spumante più caro del mondo – La strategia in cantina. Export: prodotti, assortimento e comunicazione

Gentile lettore,

siamo tutti stati scioccati il 6 aprile quando abbiamo saputo della tragedia in Abruzzo ed è stato difficile continuare a svolgere ancora il proprio lavoro. Abbiamo visto quanto, in fondo, siamo in balia delle forze della natura. Non siamo geologi e non vorremmo neanche fare un'analisi, perché non siamo noi i competenti della situazione. Ma ci immaginiamo che se tutti pensassimo ogni giorno un pochino più a tutto l'insieme della vita, alle connessioni tra una cosa e l'altra e fossimo un pochino meno egoisti, tante cose si potrebbero evitare e moltissime migliorare. Speriamo che non tutto sia crollato, che siano rimasti in piedi la dignità, il senso di umanità e solidarietà (senza che arrivino subito i "furbetti di quartiere"). Abbiamo deciso, qui, di fare come ha fatto MilleVigne e diffondere informazioni su raccolte di fondi serie e sicure per mettere in grado d'aiutare le vittime con professionalità. [Ecco il link.](#)

Il mercato del vino italiano in Germania

Com'è ben noto, Johann Wolfgang von Goethe era un grande appassionato di vino. Ma non è certo dovuto a lui che, a 177 anni dalla sua morte, la Germania sia diventata uno dei più importanti mercati mondiali del vino. In un articolo commissionato dalla Confagricoltura per lo Speciale Vinitaly 2009 di Mondo Agricolo, Katrin Walter presenta un'esauriente descrizione e interessanti osservazioni sulla situazione attuale del mercato del vino in Germania. Potete leggere [qui l'articolo completo](#) e [qui una opinione](#) di chi vende il vino.

7 maggio: una data da non perdere per i produttori di vino di qualità

Le ultime fiere sono state anche un'opportunità per conoscerci personalmente. In occasione della ProWein e della Vinitaly abbiamo parlato con tante persone, abbiamo incontrato vecchi amici e conosciuto dei nuovi. Per il grande lavoro organizzativo che c'era da sostenere, data la vicinanza delle due manifestazioni, tante cantine non sono riuscite a consegnare i loro campioni per Wein-Plus per mancanza di bottiglie. A causa delle molte richieste che ci sono pervenute negli ultimi giorni veronesi abbiamo organizzato un altro groupage. Tutte le cantine potranno, quindi, consegnare i loro campioni al punto di raccolta di Wein-Plus a Verona fino al 7 maggio 2009. [Per i dettagli cliccate qui!](#)

Le persone che fanno Wein-Plus: Gabi Satzinger



La collaboratrice di più vecchia data a Wein-Plus è Gabi Satzinger. Lei è stata la prima che, dopo la fondazione di Wein-Plus più di 10 anni fa, ha cominciato a dare una mano al fondatore Utz Graafmann occupandosi delle prime mansioni amministrative che si presentavano con l'allora nuovo portale. Ancora oggi è l'angelo della contabilità, controlla gli abbonamenti, scrive le fatture e, a volte, anche i solleciti. Cosa, questa, che non fa volentieri e che, per fortuna, non succede spesso perché, come dice lei: "La vera professionalità si riconosce anche dalla puntualità dei pagamenti." Gabi vive ad Erlangen, dove si trova anche la sede centrale di Wein-Plus. Privatamente ama soprattutto i suoi due gatti e adora andare a nuotare.

Studio di mercato della Vinexpo: Le tendenze future del vino – per il rosé si prospetta un plus di 16%

Dopo tanti anni di vino rosso, una ricerca di mercato del salone del vino e degli alcolici Vinexpo prevede di nuovo il ritorno al vino bianco e, ininterrotta, la predilezione per il rosé. Secondo questo studio, fino al 2012 il consumo di vino rosso andrà calando, mentre il consumo di vino

bianco aumenterà. Per il rosé gli esperti pronosticano ugualmente una forte crescita del 16 per cento fino al 2012. Nel 2007 erano già stati bevuti 279,1 milioni di bottiglie. Il presidente di Vinexpo, Xavier de Eizaguirre, ha parlato di tendenze a lungo termine che, fondamentalmente, non sarebbero influenzate dall'attuale crisi economica. La crisi economica, al massimo, renderà più attenti ai prezzi. Inoltre, in tutto il mondo, i consumatori starebbero passando maggiormente dalla birra e dai distillati al vino. La Vinexpo è considerata la più grande fiera campionaria al mondo per il vino e gli alcolici e si svolgerà dal 21 al 25 giugno a Bordeaux.

Annotazione dalla redazione: Abbiamo visto alla Vinitaly tanti nuovi rosé, dal Lambrusco spumantizzato in rosé della Provincia di Mantova al Negroamaro, sempre spumantizzato in rosé, della Puglia. Tutti vogliono esprimersi anche in questo affascinante colore più o meno tenue, ma sempre ricavato da uve rosse, come si deve. Stiamo pianificando uno Speciale sul rosé anche in Wein-Plus e vi invitiamo a spedirci le vostre referenze per sensibilizzare il consumatore alla versatilità del vino rosé tradizionale, indipendentemente da che cosa si decida a Bruxelles. Invitiamo inoltre i Consorzi ad inviarci i loro pareri e disciplinari per la produzione di rosé al fine di creare una fonte unica d'informazione per i consumatori nel mondo come arma di difesa contro i vini miscelati.

OIV: nel 2008 nel mondo si è bevuto meno vino

Lo scorso anno in tutto il mondo è stato bevuto un po' meno vino che nel 2007. Come ha comunicato l'OIV (Organizzazione Internazionale della Vite e del Vino) il 7 aprile 2009 a Parigi, il consumo si è ridotto di due milioni di ettolitri a circa 243 milioni. Questo sarebbe da ricondurre, ha detto il direttore dell'OIV Federico Castelucci, da un lato alla crisi economica, dall'altro, però, anche alla pratica di estirpamento nelle regioni vinicole europee. Con l'estirpazione delle piante in paesi produttori di vino come la Francia, l'Italia, la Spagna e la Germania, la superficie coltivabile in questi paesi è calata di 33.000 ettari ai quali vanno aggiunti altri 28.000 ettari in meno a livello mondiale, come indicano le statistiche annuali. Nonostante lo scorso anno la vendemmia in Europa e soprattutto in Francia per via del maltempo sia stata piuttosto fiacca, la produzione nel mondo è leggermente cresciuta di un milione di ettolitri. Secondo l'OIV ha raggiunto appena appena i 270 milioni di ettolitri.

Annotazione dalla redazione: Anche le nostre indagini confermano che il vino rientra a far parte di un certo stile di vita e viene sempre più visto parte integrante a tavola. Qualità al giusto prezzo è la parola d'ordine. Saremo lieti di aiutarvi a comunicarlo nei paesi di lingua tedesca e inglese!

Lo spumante più caro del mondo

Il produttore di Champagne Krug ha raggiunto un nuovo record mondiale: mai prima d'ora per una bottiglia di Champagne era stato pagato un prezzo così elevato come il 28 marzo 2009 all'asta di Acker Merrall & Condit a Hong Kong. Dopo parecchie tornate di offerte, il Krug Collection 1928 è stato aggiudicato per 164.560 dollari di Hong-Kong (pari a 15.900 Euro). Il prezzo è di molto superiore al valore stimato in 120.000 dollari di Hong-Kong. Secondo Serena Sutcliffe, esperta di Champagne e direttrice della Casa d'asta Sotheby's, il Krug 1928 è "uno dei migliori Champagne che sia mai stato prodotto".

La strategia in cantina:

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

Esigenze verso i prodotti, l'assortimento e la comunicazione

Chi nell'estero vede soltanto un canale di vendita a breve termine per vini che non si riescono a vendere nel suo paese è sulla strada sbagliata. Ogni attività nelle operazioni con l'estero deve essere programmata sul lungo termine perché i costi e gli oneri di personale necessari cominciano a fruttare solo dopo molto tempo. Pertanto, è giocoforza, anche nel successivo avanzamento delle operazioni, continuare a tenersi sempre informati sui movimenti del mercato e a sottoporre i propri interventi di marketing ad un controllo critico per essere in grado di reagire prontamente a situazioni d'errore.

Per i mercati lontani, come per esempio gli Stati Uniti, ci dobbiamo aspettare di trovare forme d'approccio e normative di dichiarazione molto differenti. Per esempio, le cosiddette "Warning Labels" che sono obbligatorie. I codici EAN, invece, che vengono applicati in molti altri paesi, negli USA non esistono. Al loro posto si devono richiedere numeri di codice statunitensi. Tutto questo può, a volte, rendere necessario l'adeguamento dell'assortimento d'esportazione in

rapporto a vari criteri come la qualità, l'etichettatura o il prezzo. Ma anche sui mercati geograficamente vicini in Europa le strutture sono molto complesse e, spesso, completamente diverse dal modello "Italia": si devono fare i conti con una mentalità completamente diversa, criteri di legge ed esigenze dei consumatori differenti.

Solo alcuni aspetti a mo' d'esempio:

- **Pratiche commerciali**

Vi sono leggi scritte e non scritte (do's e tabus) nei singoli paesi esteri. Queste, ad esempio, sono importanti in modo particolare in Asia e negli Stati arabi. Ma anche sui vicini mercati in Europa si fa in fretta, per mancanza di competenza interculturale, a fare un passo falso o ad essere stigmatizzati come poco raccomandabili.

- **Coordinamento**

Tutto il lavoro di coordinamento deve tenere presente le distanze e i tempi di trasporto tra le aziende partner e le eventuali differenze d'orario. Ciò vale anche per possibili ritardi dovuti alle barriere doganali o alle procedure burocratiche d'esportazione.

- **Contatti personali**

Anche nell'attività con l'estero, la premessa per buone relazioni d'affari è una base di fiducia personale che, a distanza, è più difficile da stabilire. Per questo è necessaria una certa mobilità che causa maggiori oneri in termini di tempo e denaro. I contatti personali si possono curare con la partecipazione a manifestazioni e fiere all'estero o con la visita di importatori. Sempre di più, poi, si fa ricorso anche a strumenti moderni come la posta elettronica, le videotelefonate o videoconferenze in caso di grandi distanze o di riunioni improvvise.

- **Canali e contenuti della comunicazione**

I media elettronici offrono, oggi, una facile possibilità di prendere e curare i contatti come pure di presentare all'esterno una cantina. Indispensabile per l'attività con l'estero è essere presenti in internet con informazioni sull'azienda e sui prodotti in più lingue, e poi la possibilità di essere contattati per posta elettronica. Tutto il materiale d'immagine e promozione, sia stampato che in internet, è una risorsa preziosa che andrà in mano al potenziale cliente e per questo non deve essere lasciato al caso ma tradotto da persone qualificate, esperte del singolo settore e di madrelingua.

- **PR internazionali e competenza sociale**

Nel fissare i costi per l'apertura di un nuovo mercato, spesso, nel budget non trovano posto grosse somme per la pubblicità. Eppure, offrire i propri prodotti e servizi con successo duraturo è praticamente impossibile senza la comunicazione. In futuro, ad affermarsi sul mercato sarà quello che avrà saputo entrare nel contesto culturale in modo competente e mirato al settore e al cliente senza nello stesso tempo investirvi un budget esagerato. Le attività sui mercati esteri dovrebbero essere supportate da un'adeguata comunicazione e da opportune campagne di stampa.

Nel prossimo numero ci occuperemo di altri aspetti per un proficuo lavoro nell'export e trarremo un bilancio riassuntivo.

La prossima edizione delle novità dal mondo del vino e internet uscirà fra circa un mese. Se ne avete perso una precedente, la trovate [nell'archivio newsletter](#). Per commenti, domande e/o suggerimenti ci scrivete per favore una mail. Grazie. [Cosa dicono gli altri di Wein-Plus si legge qui.](#)

Auguriamo un buon vino nel bicchiere!

Il vostro 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

