

I vini della Valpolicella e l'e-commerce

scritto da Fabio Tavazzani | 18 Aprile 2016

**Vini della Valpolicella:
mercati obiettivo e opportunità
dell'e-commerce**



Lunedì 18 aprile 2016, ore 17.00
Park Hotel Villa Quaranta
Via Ospedaletto 57 – Ospedaletto di Pescantina (Vr)

INTERVENTI

Scenari di mercato, trend e posizionamento dei vini Valpolicella:
risultati della survey sul consumatore canadese
Denis Pantini, Direttore area agricola e industria alimentare Nomisma

Commercio elettronico:
prospettive e potenzialità per le PMI - Focus vino
Stefano Setti, Commercialista e Curatore della rubrica "L'esperto risponde" Il Sole 24 Ore

Modera
Olga Bossinello, Direttore Consorzio Tutela Vini Valpolicella

Seguirà aperitivo



Mentre in Italia e all'estero cresce la voglia dei rossi della Valpolicella, la frontiera del mercato on line si propone con le sue opportunità. L'e-commerce vinicolo con una crescita media del 30% annuo e un giro d'affari pari a 100 milioni di euro fra il 2012 e il 2015 (fonte Osservatorio E-Commerce B2C Netcomm – Politecnico di Milano) non può infatti non allettare vini conosciuti e ricercati quali sono i grandi rossi

veronesi. Per questi, peraltro, il 2015 si è chiuso con un segno positivo sia sul fronte del mercato nazionale che di quello estero che rappresenta oltre il 80% del giro d'affari annuo delle quattro denominazioni Valpolicella Dop. Andando nel dettaglio la vendita 2015 dei vini della Valpolicella nel canale GDO nazionale ha registrato un incremento medio in valore ed in volume del 15,5% sull'anno prima (fonte IRI), mentre l'export focalizzato nei 5 mercati storici di riferimento (Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Canada e Svizzera) sfiora il 65% del giro d'affari annuo di tre su quattro denominazioni Valpolicella DOP (fonte Osservatorio permanente sui vini della Valpolicella Wine Monitor)

Per approfondire quali opportunità possano derivare dall'implementazione del canale distributivo tradizionale con la vendita on line, il Consorzio Tutela Vini Valpolicella ha organizzato il convegno, intitolato "Vini della Valpolicella: mercati obiettivo e opportunità dell'e-commerce", che si terrà lunedì 18 aprile alle 17,00 presso Park Hotel di Villa Quaranta a Pescantina.

Sarà Denis Pantini, Responsabile Wine Monitor Nomisma, a parlare degli scenari di mercato, trend e posizionamento dei vini della Valpolicella in Canada (uno dei mercati più rappresentativi), mentre Stefano Setti, commercialista, curatore della rubrica "L'esperto risponde" del Il Sole 24 Ore, e fondatore del primo sito al mondo di e-commerce, approfondirà le potenzialità e le prospettive dell'e-commerce per le PMI del vino.

"I dati positivi sulle vendite non devono far perdere d'occhio la crisi economica che permane sul mercato interno, dice Christian Marchesini presidente del Consorzio di tutela Vini Valpolicella, spingendo i produttori ad individuare nuovi mercati di sbocco. In questa prospettiva, soprattutto per aree emergenti quali Cina, Sud est Asiatico e Russia l'e-commerce potrebbe rivelarsi uno strumento privilegiato."

Nel 2015 – evidenzia Pantini – il Veneto ha consolidato il primato di regione vinicola esportatrice, per un valore superiore a 1,8 miliardi di euro (praticamente un terzo di tutto l'export di vino italiano), di cui Verona rappresenta quasi la metà (43%) ma è al primo posto di tutte le province italiane per valore dell'export vinicolo.” “Il merito di questo primato – aggiunge – è indubbiamente dei vini e delle imprese della Valpolicella, cuore pulsante della vitivinicoltura veronese, e del successo che i vini della Valpolicella stanno ottenendo sul mercato, in particolare su quello internazionale. Secondo i dati dell'Osservatorio permanente sui vini della Valpolicella, curato da Wine Monitor Nomisma, i primi cinque mercati di riferimento per questi vini sono Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Canada e Svizzera”.

Sulle criticità del commercio elettronico pone l'attenzione Setti: “L'e-commerce è oggi una delle forme di commercio più interessanti e non rappresenta un business bensì una necessità ma – rileva – a molti operatori sfuggono aspetti di tipo legale e fiscale legati a queste tipologie di vendita che, se non rispettati, comportano rilievi da parte dell'Amministrazione finanziaria. Quindi – sostiene – gli operatori del settore vinicolo, prima di approcciarsi all'e-commerce, devono valutare in modo opportuno i diversi costi e conoscere nel dettaglio gli aspetti legali, amministrativi e fiscali, per valutarne l'effettiva potenzialità”.