

Parte dalla cantina il recupero delle vendite del vino in Italia

scritto da Fabio Piccoli | 21 Luglio 2015



Interessanti i risultati del focus sui canali distributivi del vino realizzato dall'Osservatorio wine2wine di Vinitaly e relativo al 1 quadrimestre 2015.

Risultati che portano un po' di ottimismo riguardo il futuro del mercato del vino in Italia, considerato in questi ultimi anni una sorta di "buco nero" con poche prospettive per le imprese del vino del nostro Paese.

Secondo il IV Osservatorio [wine2wine](#), infatti, il 36,5% delle aziende intervistate ha dichiarato un aumento del fatturato domestico nei primi 4 mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2014. Il 53,9% non ha registrato variazioni di rilievo, mentre sono meno di una su dieci a dichiarare una contrazione delle vendite.

A trainare il mercato sono state le vendite effettuate direttamente in cantina: sei aziende su dieci sono soddisfatte dell'andamento di questo canale, segno che il rapporto diretto è la chiave per far conoscere la propria realtà e fidelizzare vecchi e nuovi clienti, con notevoli vantaggi legati anche alla mancanza di intermediari nella vendita. La soddisfazione è particolarmente diffusa tra le cantine con produzioni comprese tra 100.000 ed 1 milione di bottiglie (67,6%) e fatturate

superiori ai 2 milioni di , ma in generale questo canale di vendita positivo anche per le aziende con produzioni e fatturati pi limitati.

Si tratta di risultati, a nostro parere, molto importanti che confermano ancora una volta l'importanza strategica di un rapporto pi diretto tra azienda e consumatore finale. L'accorciamento della filiera, infatti, anche nel mondo del vino si conferma come una delle scelte pi utili sia in termini di comunicazione dell'immagine del vino (trasparenza della fase produttiva) sia in termini commerciali.

Questa maggiore consapevolezza da parte delle aziende ci auguriamo porti anche ad una maggiore organizzazione dell'accoglienza, dell'apertura delle nostre imprese perch solo cos si potranno sfruttare maggiormente le potenzialit di questo canale di vendita.

Non solo, siamo convinti che un recupero vero dei consumi di vino nel nostro Paese passi inevitabilmente dalla costruzione di un nuovo rapporto, pi credibile e trasparente, tra produttori e consumatori.

Proseguendo l'analisi del mercato domestico, situazione complessivamente positiva per i canali distributivi Ho.Re.Ca. e Wine Bar (soddisfatte 4 cantine su 10), senza differenze di rilievo relativamente alla dimensione aziendale.

Meno diffusa la soddisfazione relativamente alle vendite in enoteca, positiva per il 29,6% delle cantine ma, al contempo, negativa per il 18,4%.

In ambito vino e canali distributivi le-Commerce si conferma all'ultimo posto anche per quanto riguarda la soddisfazione, con meno del 20% di cantine che esprimono un giudizio positivo a fronte di un 38,2% che invece fatica a raccogliere frutti da questo strumento, complici anche la carenza di persone interamente dedicate, difficolt nel gestire ordinativi e spedizioni, e criticit nel fissare un prezzo tale da non danneggiare gli altri canali di vendita.