



VINI BIOLOGICI NEGLI USA



CENNI SULLA NORMATIVA DEI VINI BIOLOGICI NEGLI USA



Negli USA c'è ancora un po' di confusione riguardo ai vini biologici, malgrado ci sia:

- Un aumento di presenza dei vini biologici sugli scaffali
- Una maggiore richiesta da parte dei wine consumers per alternative organiche rispetto ai vini convenzionali

La maggiore confusione deriva probabilmente dalle sistema delle etichette

ETICHETTE



La norma americana che regola il settore è il National Organic Foods Act.

L'obiettivo della norma è quello di assicurare tutti i soggetti in campo che ciò che viene indicato nelle etichette (ad es. cibo organico) sia corrispondente al contenuto.

Gli organismi preposti al rispetto della normativa per quanto concerne il vino sono:

- **United States Department of Agriculture (USDA)**
- **Bureau of Alcohol, Tobacco, and Firearms (ATF)**

La **USDA** stabilisce il National Organic Program (NOP), con l'obiettivo di

- dettare le linee guida per la produzione e l'etichettatura dei prodotti biologici
- mantenere una National List delle sostanze permesse e proibite.

Il Bureau of Alcohol, Tobacco, and Firearms (ATF)

Stabilisce le linee guida per le etichette da apporre sui vini Biologici

TIPOLOGIE DI VINI BIOLOGICI



In linea con quanto stabilito dal NOP e dall'ATF (per ciò che riguarda le etichette), ci sono quattro categorie in cui si possono suddividere i vini biologici:

- 100% Organic
- Organic
- Made with Organic Ingredients
- Made with Some Organic Ingredients

100% ORGANIC E ORGANIC

Per poter mettere sull'etichetta Organic e recare il sigillo dell'USDA questi vini devono essere prodotti con uve organiche e certificati da una Agenzia di certificazione.

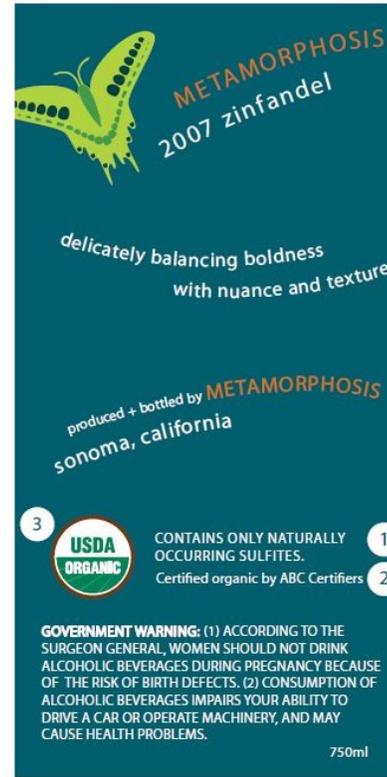
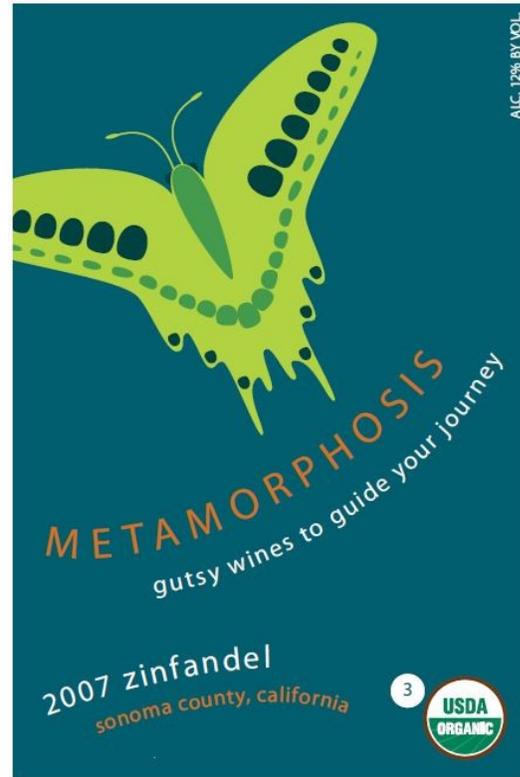
Inoltre non devono avere solfiti aggiunti (limite di 20 parti per milione rispetto al contenuto di solfiti naturalmente prodotti)

Made with Organic Grapes o Made with Organically Grown Grapes

Vini prodotti con uve organiche e certificati da una Agenzia di certificazione, ai quali possono essere aggiunti solfiti.

ESEMPI DI ETICHETTATURA

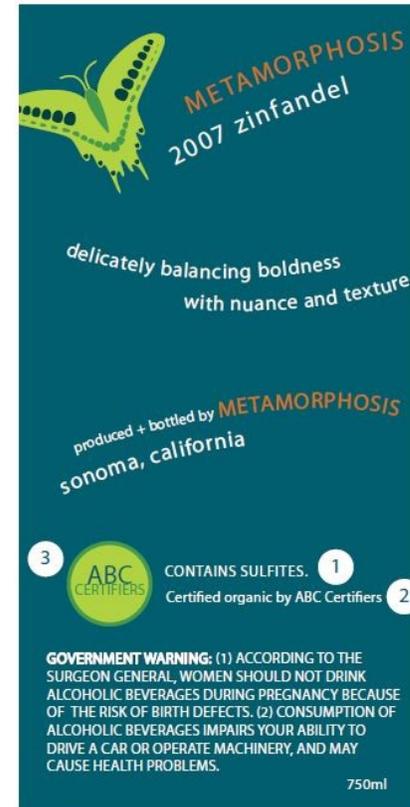
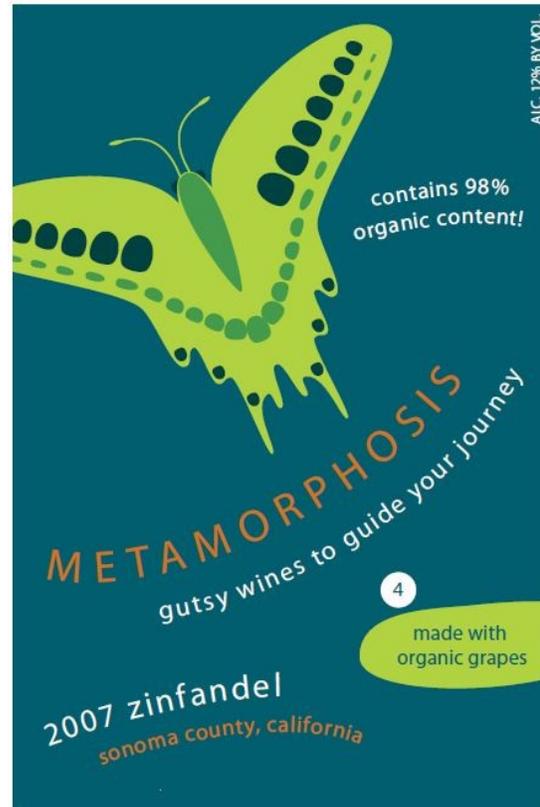
ORGANIC



ESEMPI DI ETICHETTATURA



Made with Organic Grapes o Made with Organically Grown Grapes



TENDENZE DI CONSUMO DEL VINO NEGLI USA



Un recente Studio su un campione di consumatori condotto dalla Sonoma State University Wine Business Institute ci dice ad esempio:

- Chi è oggi il consumatore di vino negli USA
- Che tipo di vini preferisce e dove li compra
- Quanto spende per una bottiglia di vino da consumare al ristorante

L'indagine è stata condotta su un campione di 1028 consumatori che rappresentano tutti i 50 Stati, con un equilibrio rispetto alle percentuali di consumo di ciascun Stato (California, Florida, New York, Illinois, Texas)

COMPOSIZIONE DEMOGRAFICA DEL CAMPIONE



Genere

51% Donne

49% Uomini

Titolo di studio

59% con un College degree;

61% con un reddito superiore a \$50,000 l'anno



COMPOSIZIONE DEMOGRAFICA DEL CAMPIONE



Età

36% Millennials (21 – 36)

22% Gen Xers (37 – 48),

34% Baby Boomers (49 – 67)

8% Traditionalists (68 +).

Composizione etnica

72% Caucasici

12% African-American

8% Ispanici

5% Asiatici

3% Misti o altri.

FREQUENZA DEI CONSUMI E TIPOLOGIE



Frequenza di consumo

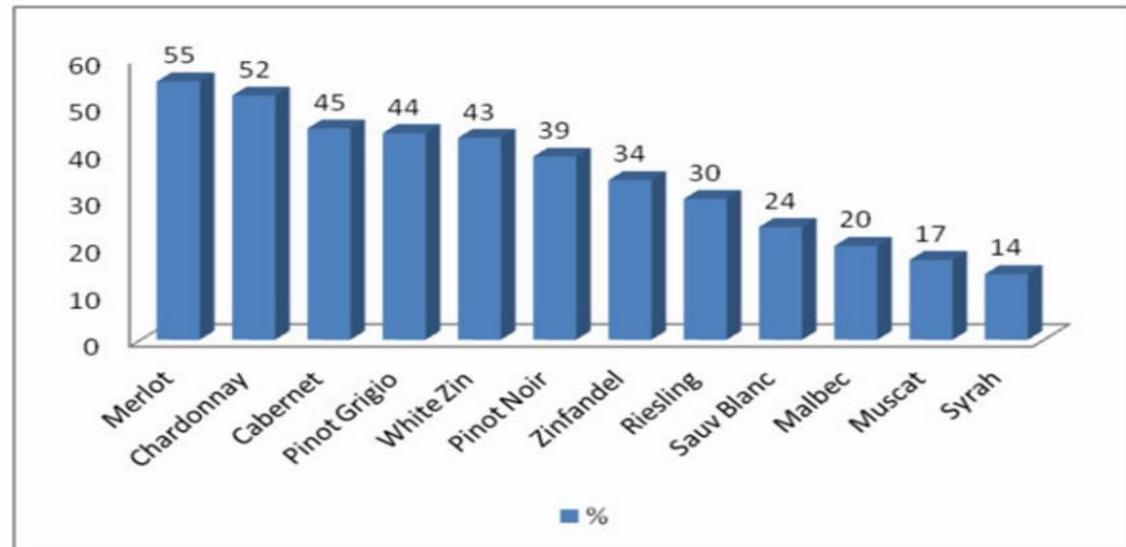
20% consumo giornaliero

48% più di una volta a settimana

18% una volta a settimana

14% consumatore occasionale

Tipologie



COMPORAMENTI D'ACQUISTO



Nel prendere decisioni di acquisto i principali fattori che incidono, oltre al Prezzo e alla varietà del vino, sono:

- 1) il Brand del vino (74% degli intervistati)
- 2) il Paese di provenienza (52%)
- 3) la Regione (44%)
- 4) l'apparenza dell'etichetta (38%)
- 5) la denominazione (12%)

Per quanto concerne i **vini biologici**

Secondo l'Organic Trade Association (OTA) il 41% dei consumatori acquista prodotti agroalimentari organici.

Ma soltanto il 16% cerca vino organico quando decide di acquistare un vino.

L'indicazione di vino "sustainable" sull'etichetta è importante per il 10% del campione Biodinamico per il 6%.

COMPORAMENTI D'ACQUISTO



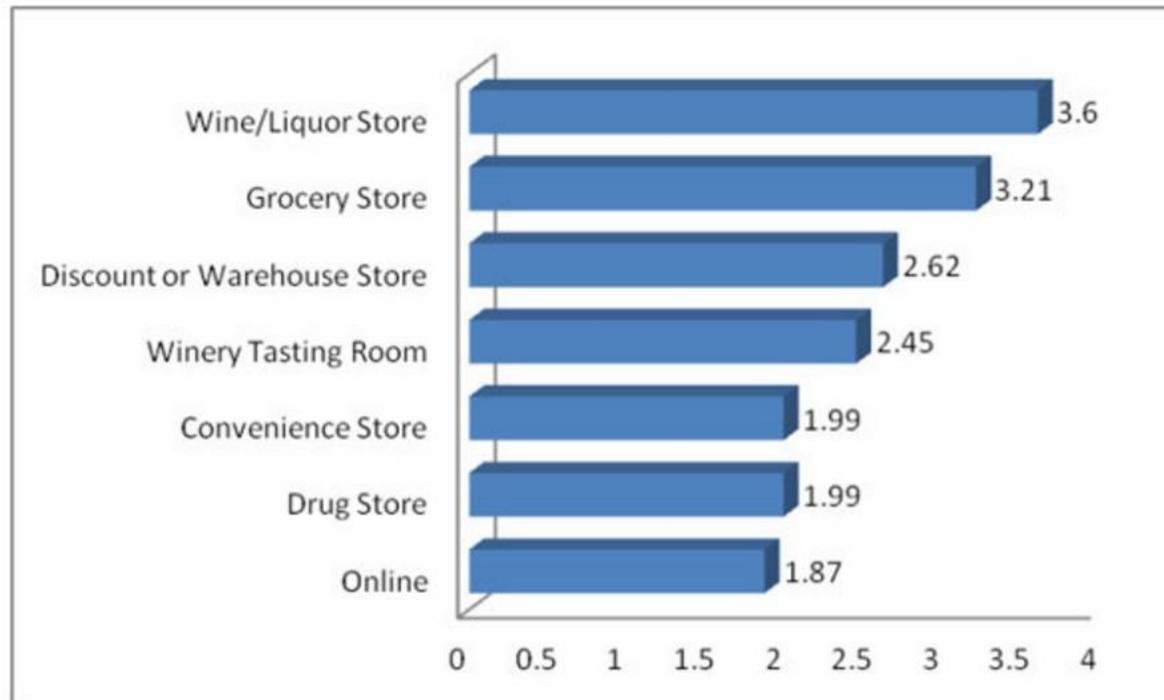
Va notato che per i **vini biologici** altre ricerche mettono in evidenza che in genere il consumatore americano ritiene che la maggior parte dei vini in commercio siano in qualche modo organici e perciò non serve cercare qualcosa di specifico.

Inoltre, in alcuni consumatori si genera una confusione sull'uso del termine "biodinamico" con "geneticamente modificato" e questo genera una remora nell'acquisto di tali vini.

COMPORAMENTI D'ACQUISTO



Dove comprano



COMPORAMENTI D'ACQUISTO



Uso di social media e apps

- 80% Facebook
- 41% Youtube
- 39% Twitter
- 28% Linked-In
- 25% Google+
- 24% Pinterest
- 20% Instagram
- 9% non usa social media.

Have a smart phone	76%
Use smart phone to check prices on wine	36%
Have wine apps on smart phone	24%
Use apps to get coupons on wine	24%
Use wine apps to decide which wine to buy	23%

Gli utilizzatori di social media wine cercano in particolare informazioni sul prezzo del vino e raccomandazioni/indicazioni sul vino da parte di amici.

Il 76% utilizza uno smart phone il 24% usa apps dedicate al vino.

PERCEZIONE DEI VINI BIOLOGICI



Sfatiamo un mito

[5 wines to try this week]

Maybe it's time to rethink that image. A new study out of UCLA published in the Journal of Wine Economics concludes that organic wines do taste better, as measured in the scores of leading wine critics. The authors — Magali Delmas, Olivier Gergaud and Jinghui Lim — analyzed the reviews and scores of more than 74,000 California wines from the 1998 to 2009 vintages in three magazines: Wine Advocate, Wine Spectator and Wine Enthusiast. They found that “eco-certified” wine reviews used more positive words.



PERCEZIONE DEI VINI BIOLOGICI



Sfatiamo un mito

Secondo una opinione diffusa i vini biologici sarebbero (percepiti) meno buoni sotto il profilo del gusto rispetto ai vini convenzionali.

Tre ricercatori dell'UCLA hanno condotto uno studio su 74,000 vini della California (annate dal 1998 al 2009) testati dai tre più accreditati magazines del settore: Wine Advocate, Wine Spectator and Wine Enthusiast.

I risultati dimostrano che i vini “eco-certified” hanno ottenuto un punteggio considerevolmente più alto (in media 4.1 in più) degli altri vini.



QUOTE DI MERCATO



Quota di mercato per Paese in valore

Country (2014 ranking)	2013	2014
1. France(*)	86,267	47,949
2. Italy(*)	75,028	28,422
3. New Zealand(*)	19,336	13,364
4. Chile	14,901	8,279
5. Argentina	10,439	6,221
6. Spain	19,059	6,089
7. Australia(*)	13,880	3,801
Total, Top 2014 Origins Only	238,910	114,125

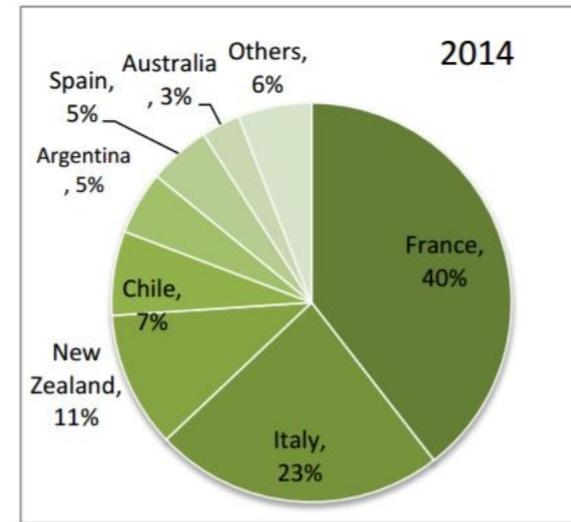
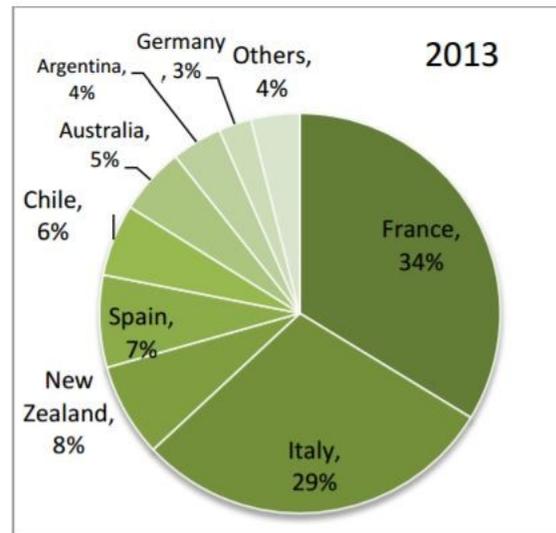
Fonte: Organic Trade Association (OTA)



QUOTE DI MERCATO



Quota di mercato per Paese in percentuale



Fonte: Organic Trade Association (OTA)

