

VINO BIO 2019

I MILLENNIALS SCELGONO IL NATURALE





Maxfone è una PMI innovativa e dinamica che opera nel settore dell'innovazione tecnologica e dell'IoT (Internet of Things).

Fondata nel 2010 da soci con esperienze stimate nell'avvio di imprese e nella creazione di valore nel campo ICT, si è radicata e distinta sul panorama Telco nazionale, per poi svilupparsi sul più ampio mercato Media.

Nel 2018 Maxfone è diventata la prima azienda italiana con un brevetto di Big Data Analysis, che comprende apparecchiatura e metodo di acquisizione, monitoraggio e analisi dati: il modello SocialMeter Analysis.

Maxfone è inoltre diventata membro ufficiale, a novembre 2018, della Big Data Value Association (BDVA), partner della Commissione Europea che lavora a sostegno di ricerca, sviluppo, innovazione e promozione dei big data per porre l'Europa in prima linea nel settore.

A dicembre 2018, attraverso la sua consociata Instant Media Analyzer, di base ad Austin (Texas), Maxfone ha siglato un accordo con la Texas State University per un progetto di ricerca congiunto sullo sviluppo di nuovi algoritmi di machine learning.

© 2019, Maxfone Srl

Pubblicato nel mese di aprile

Emesso da: Divisione Media, Ufficio Marketing

Ed. 1 Rev. 1



1020015000040566
Primo brevetto italiano in big data analysis
Apparecchiatura e metodo di acquisizione,
monitoraggio e analisi dati

La proprietà intellettuale della metodologia di analisi dei dati, della loro elaborazione e presentazione in forma di report, è di Maxfone Srl. Ogni utilizzo al di fuori della committenza è soggetto ad espressa richiesta scritta alla Maxfone Srl che si riserva di concederle il permesso.

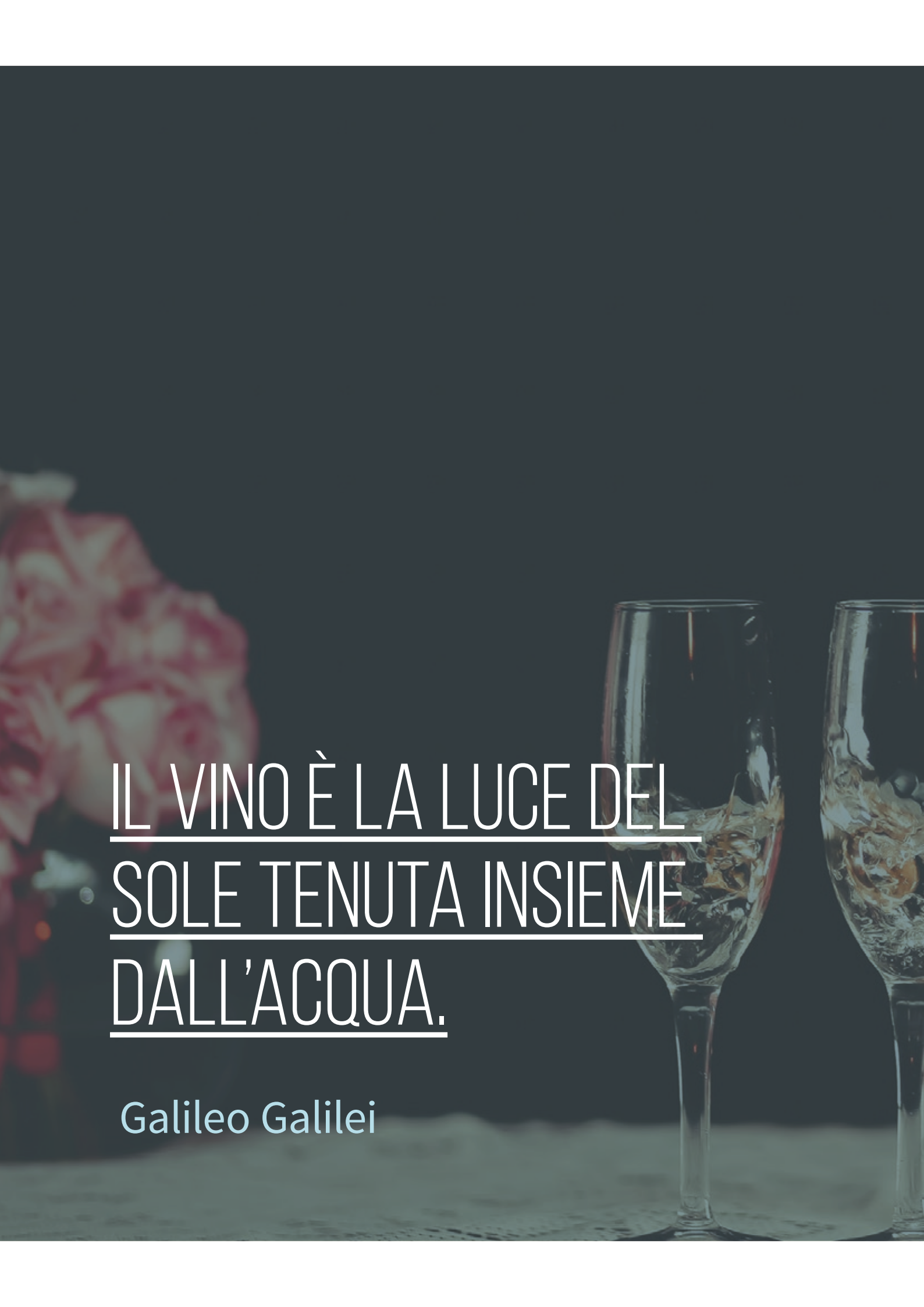
Maxfone Srl dichiara che le informazioni contenute nel report sono a supporto della gestione strategica e operativa, esse vanno utilizzate come strumenti di supporto e non sostitutivi delle scelte strategiche e operative da personale qualificato e competente. Fatte salve le generalità contenute nei presenti paragrafi, non garantiamo che l'utilizzo dei dati contenuti nel report porterà a qualsiasi forma di ricavo o di risultato. Il contenuto del presente documento costituisce materiale soggetto a copyright.

Ove citati, la proprietà intellettuale di altri brand appartiene all'azienda di riferimento.

SocialMeter Analysis® è un marchio registrato da Maxfone Srl.

VINO BIO 2019

I MILLENNIALS SCELGONO IL NATURALE



IL VINO È LA LUCE DEL
SOLE TENUTA INSIEME
DALL'ACQUA.

Galileo Galilei




Indice

Executive Summary	04
Introduzione	08
Il mercato del vino bio	10
I consumatori del mercato del vino biologico	16
Metodologia	24
Glossario	26



01

Executive Summary



Di seguito sono riportati i principali punti emersi dall'analisi del conversato relativo al vino biologico sul Web (in lingua italiana) da settembre 2018 a febbraio 2019:

A) Raccolti oltre **3.500 articoli** relativi al mondo dei vini biologici, biodinamici o naturali;

B) In Italia sono **più di 1.500 le fonti** che hanno pubblicato articoli su queste tipologie di vini;

C) È il **vino naturale il più trattato sul web** tra le tre tipologie prese in analisi. Seguono i vini biologici ed infine i biodinamici.



02

Introduzione

Premessa

- L'obiettivo del presente report è di analizzare lo scenario italiano del vino bio, attraverso un monitoraggio web, per comprendere quali siano i trend del biologico in Italia.

I vini biologici, infatti, negli ultimi anni stanno guidando il mondo dell'agroalimentare bio in Italia con crescite a due cifre. Il web riflette questo trend dando modo di comprendere e analizzare nel dettaglio il parlato in merito a questa tipologia di vini.

L'analisi è stata condotta su un **osservatorio Web** (attraverso il servizio Active Brand 24*). Il periodo di tempo analizzato è di **6 mesi, dall'1 settembre 2018 al 28 febbraio 2019**.

* Vedi glossario

SetUp delle ricerche

Analisi Web:

Time frame:

01 settembre 2018 – 28 febbraio 2019

Keywords:

- vino bio
- vino organico
- vino biologico



03

Il mercato del Vino Bio



109,9%

INCREMENTO DEI CONSUMI DEI VINI BIO*

* dati 2017 / 2018 - Report Agroalimentare 2018



IL RITORNO ALLA NATURA

Una tematica sempre più ricercata nel mercato agroalimentare

Un trend in crescita, anche sul web

- Un metodo di coltivazione dei vigneti e lavorazione delle uve in continua crescita in questi anni è il **biologico**. Questo termine in rete viene spesso utilizzato come sinonimo di **biodinamico** e **naturaler**, tuttavia le tre diciture hanno significati differenti che verranno riportati in seguito.



Dagli ultimi dati di mercato¹, si evince come questi vini guidino il mondo dell'agroalimentare bio in Italia, registrando nel 2017 un incremento dei consumi pari al +109,9% e portando il 41% delle famiglie italiane a consumare almeno una bottiglia di prodotto certificato biologico, dato eccezionale se si pensa che questo valore era intorno al 2% nel 2013².

Un mercato destinato a crescere notevolmente anche nel futuro, come dimostra la previsione sviluppata dall'international Wine and Spirits Research³: a livello globale nel 2022 si raggiungerà una vendita totale di oltre 87,5 milioni di casse di vino biologico (dai 56,3 milioni del 2017) e tale valore por-

terebbe questa tipologia di vini a coprire il 3,6% della quota di mercato con un giro d'affari complessivo di 8,7 miliardi di euro.

Il web offre una finestra utile per comprendere l'interesse verso il vino biologico. Nei **sei mesi di monitoraggio**, infatti, sono stati **raccolti** oltre **3.500 articoli**

scritti a riguardo (in lingua italiana). Il grafico (Fig.1) ci mostra su scansione giornaliera il **flusso** di questi articoli, indicando che il **massimo picco** di contenuti pubblicati in un singolo giorno è stato a **febbraio 2019**.



Oltre 3.500 articoli scritti in Italia relativi al Vino Biologico in sei mesi

1. ismea.it - Report Agroalimentare 2018

2. ketumbar.it - I trend del vino nel 2019, parola d'ordine qualità e sostenibilità

3. theiwsr.com - Win Research Report



Andamento del conversato

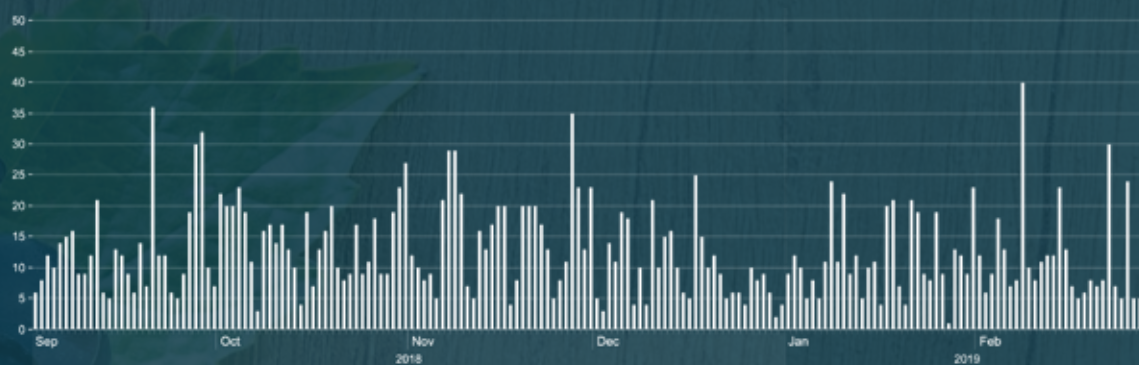


Fig.1

Timeline del conversato relativo al vino biologico sul Web con scansione giornaliera dal 1 settembre 2018 al 28 febbraio 2019.

Le top fonti italiane*

- Nel corso del semestre preso in esame, sono state più di 1.500 le fonti web che hanno pubblicato contenuti relativi ai vini biologici, evidenziando nei loro articoli la crescita e i benefici che, sia a livello di salute che in chiave etica, portano ai consumatori.

Le prime dieci fonti online (in ordine di numero di articoli pubblicati contenenti le keywords di ricerca nel corso dei sei mesi) fanno tutte parte di **siti del settore enogastronomico**. Tuttavia, com'è visibile dal grafico (Fig.2), questi non pubblicano una quantità tale di articoli da condizionare il conversato (230 contenuti sugli oltre 3.500 pubblicati).

Seguire questi siti d'informazione/blog può risultare utile per comprendere l'andamento di questo trend e per avere una macro visione del mercato.

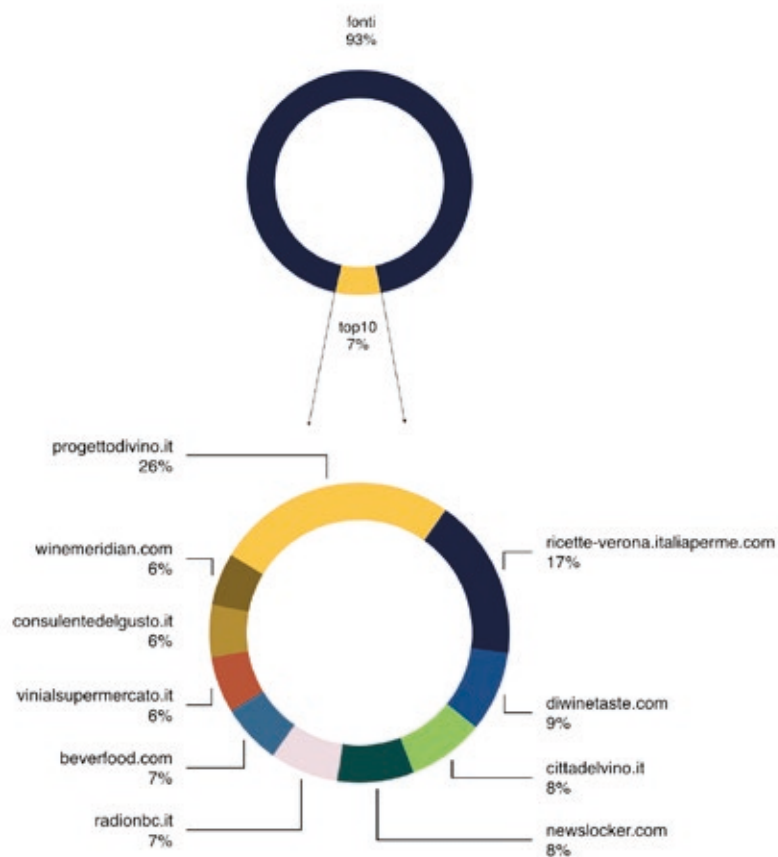


Fig.2

Suddivisione in percentuale del conversato pubblicato dalle prime top 10 fonti sul Web relative alle keywords di ricerca.

* All'interno del nostro database di fonti qualificate - vedi glossario.



04

**I consumatori
nel mercato del
Vino Biologico**



Cosa guida le scelte dei millennials

■ Uno dei fattori principali della crescita del mercato agroalimentare sul fronte bio, che influenza dunque la scelta dei vini, è l'entrata di nuovi consumatori sul mercato.

Primi fra tutti, nella scelta di prodotti biologici e salutari, giocano un ruolo chiave proprio i Millennials, i nati tra il 1981 e il 1996⁴.

Con l'aumento del potere di acquisto di questa audience, composta da persone che hanno dai 22 ai 38 anni, sono cambiate non solo le scelte dei prodotti, ma anche le modalità di acquisto. Dalla ricerca risulta infatti che questo pubblico preferisca comperare il vino online, da portali di vendita e-commerce piuttosto che in enoteche⁵ o GDO (grande distribuzione organizzata).

Tematiche che per altre generazioni risultavano meno rilevanti nella scelta di un prodotto, come la sostenibilità ambientale, nei Millennials diventano uno dei fattori chiave di scelta.

L'orientamento all'acquisto online trova diverse motivazioni: dati Censis⁶ riportano come il 94% dei Millennial sia un utente internet e come l'87% sia frequente fruitore di social network. Su queste piattaforme il confronto anche su tematiche come il food & wine trova ampio spazio; sempre più food blogger diventano punto di riferimento per la scelta dei prodotti da acquistare e da testare. L'esperienza di consumo cambia totalmente: da una ricerca condotta da PWC⁷ risulta come nel 62% dei casi i Millennials preferiscano consumare questi prodotti a casa, in compagnia, sfruttando il digitale per l'acquisto, risparmiando così rispetto all'ordinare la bottiglia in un ristorante e potendosi quindi permettere una maggiore spesa.

4. pewresearch.org - Millennial Life

5. innaturale.com - I Millennial amano il vino biologico e lo comprano online.

6. censis.it - Rapporto annuale 2018

7. pwc.com/ - Il settore del vino in Italia: scenari evolutivi e strategie nell'era digitale



**IMPATTO
AMBIENTALE**



**PACKAGING
DISTINTIVO**



**SOCIAL
INFLUENCER**



**ECOMMERCE
E APP MOBILE**



**ESPERIENZA
CONDIVISA**

Fig.3

Fattori che guidano la scelta dei Millennials all'acquisto di vini biologici.



62%

Dei millenials predilige consumare il vino a casa, in compagnia, sfruttando il digitale per la scelta e l'acquisto e del prodotto.

I vantaggi del bere biologico

I numerosi vantaggi derivanti dal bere vino biologico costituiscono le motivazioni principali per cui sempre più persone scelgono di consumare questa tipologia di vini, nonostante spesso sia più costoso.

Fra gli acquirenti, inoltre, si registra il desiderio sempre maggiore di tornare alla naturalità, ovvero di consumare prodotti eco-sostenibili, ottenuti con procedimenti naturali e del tutto privi di sostanze chimiche estranee, come residui di pesticidi o diserbanti⁸.

8. repubblica.it - Intelligente, automatica e su misura: ecco l'assicurazione del futuro



1 SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Il fattore principale che guida la scelta dei consumatori all'acquisto di vini biologici è l'attenzione all'ambiente, elemento fondamentale soprattutto per le nuove generazioni.

2 RIDUZIONE DEGLI SPRECHI

Conseguenza della sostenibilità ambientale all'approccio ecologico nelle coltivazioni e cura delle vigne, vi è anche la riduzione degli sprechi, tramite l'utilizzo di materiali biodegradabili.



3 BENESSERE DEL CONSUMATORE

La salute e il benessere dell'organismo nel consumare prodotti controllati e di qualità: riduzione di effetti come acidità di stomaco tramite la riduzione di solfiti e altri prodotti chimici⁹.

4 ATTENZIONE E CONTROLLO DELLA QUALITÀ

La produzione di prodotti bio richiede la certificazione e il controllo dalle vigne all'imbottigliamento del prodotto. Questa è una garanzia di attenzione ulteriore per la qualità dei prodotti¹⁰.



Fig.4

I vantaggi derivanti dal bere vino biologico rilevati dall'analisi online.

9. welovecycling.com - Is Organic Wine Really the End of Hangovers?

10. ifoam-eu.org - Norme UE per la produzione di vino biologico

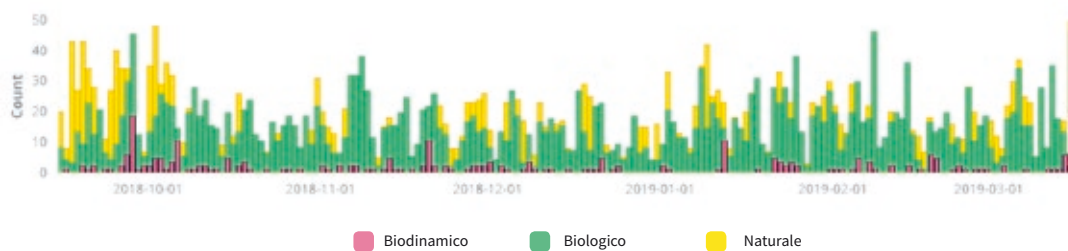


Fig.5

Comparazione dell'utilizzo dei termini biologico, biodinamico e naturale all'interno del conversato analizzato.

BIOLOGICO, BIODINAMICO E NATURALE

Tra i termini 'biologico', 'biodinamico' e 'naturale', quello utilizzato più frequentemente (nel semestre esaminato) in associazione alla parola 'vino' per descrivere la categoria è 'naturale'. Seguono, nell'ordine, 'biologico' e 'biodinamico' come mostra il grafico (Fig.5).

Ma qual è la differenza tra questi tre questi tre vini?

Naturale



50%

Popolarità della
keyword negli articoli

Non esiste una normativa che regolamenti questa categoria.

La definizione di 'vino naturale' nasce in Francia negli anni '70, dal viticoltore, enologo e sommelier Jules Chauvet, che opponendosi alla massiva introduzione di pesticidi e concimi chimici in agricoltura creò di fatto il movimento del vino naturale nel mondo¹¹.

In Italia esistono oggi due disciplinari redatti da due associazioni private, VinNatur e VAN (Vignaioli artigiani e naturali)¹², che ricalcano la definizione francese di vino naturale.

Da questi disciplinari evinciamo che il vino naturale è ottenuto:

1. Da uve da agricoltura biologica o biodinamica anche autocertificata, raccolte manualmente;
2. Unicamente da fermentazioni spontanee (senza lieviti o batteri aggiunti);
3. Con un contenuto in solforosa totale all'imbottigliamento di max 40 mg/1 per tutti i vini, indipendentemente dal tenore di zuccheri residui;
4. Senza aggiunta di alcun additivo o coadiuvante enologico nelle fasi di produzione;
5. Senza trattamenti invasivi (osmosi inversa, filtrazione tangenziale, ecc..)

11. intravino.com - Jules Chauvet

12. vignaioliartigianinaturali.it - Carta degli intenti dei Vignaioli Artigiani Naturali

Biologico



Il vino biologico è regolamentato da una recente normativa della Comunità Europea pubblicata nel marzo 2012. Le coltivazioni biologiche devono rispettare un regolamento, che prescrive il divieto di utilizzo prodotti chimici di sintesi, penetranti o sistemici.

Quando infatti si parla di vino biologico si dovrebbe fare riferimento principalmente alle vigne biologiche, che costituiscono la prima fase soggetta ai controlli di certificazione e che prevedono l'utilizzo di zolfo, rame e bicarbonato di sodio in quantità maggiori al convenzionale e il non utilizzo di sostanze chimiche di sintesi e OGM.

La seconda fase di produzione di cui si deve tenere conto è la produzione vera e propria del vino, definita enologia biologica, che parte da un controllo accurato delle uve dal loro arrivo in cantina, per arrivare fino all'imbottigliamento.

L'obiettivo in questa seconda fase è quello di ridurre la produzione di micro tossine (le ocratossine). Nella fase di vinificazione devono essere utilizzati solo prodotti enologici e i processi autorizzati dal Regolamento.

Biodinamico



Anche per il vino biodinamico non esiste una normativa di legge di riferimento.

La biodinamica nasce all'inizio dello scorso secolo seguendo le ispirazioni cosmologiche di Rudolf Steiner¹⁴, che ha raccolto in una metodologia di coltivazione "pulita" e di ritualità la sua interpretazione di biologico. Questa si basa sul rispetto e l'osservazione dei corsi della natura, in particolare delle fasi lunari, e delle sue risorse, oltre che sull'utilizzo di preparati biodinamici (composti naturali) in determinate fasi dell'anno.

L'unico controllo possibile è quello sulle uve, che devono seguire le tecniche e le regole dell'agricoltura generale biodinamica.

La dicitura ammessa è quindi "vino ottenuto da agricoltura biodinamica".

L'aspetto caratteristico del vino in questione è dato dal legame con la terra, dalla ricostruzione della fertilità del terreno e, quindi, dalle tecniche di coltivazione.

Da questo breve approfondimento notiamo come molto spesso questi termini siano utilizzati sul web in modo impropriamente intercambiabile.

13. ccpb.it - Regolamento di esecuzione UE n. 203/2012 dell'8 marzo 2012

14. rudolfsteiner.it - Agricoltura Biodinamica

Il vino bio in Europa e nel Mondo

PERCHÉ INVESTIRE NEL BIO?



IN ITALIA

LE PRINCIPALI TENDENZE

SECONDO I CONSUMATORI SONO:

45% VINI AUTOCTONI
38% VINI BIOLOGICI
29% VINI LEGGERI



IN USA

LE PRINCIPALI TENDENZE

SECONDO I CONSUMATORI SONO:

25% VINI BIOLOGICI
23% FLAVOURED WINES
22% VINI AUTOCTONI

PER IL 35% DEGLI OPERATORI WINE

I VINI BIO RAPPRESENTANO LA CATEGORIA PIÙ PROMETTENTE

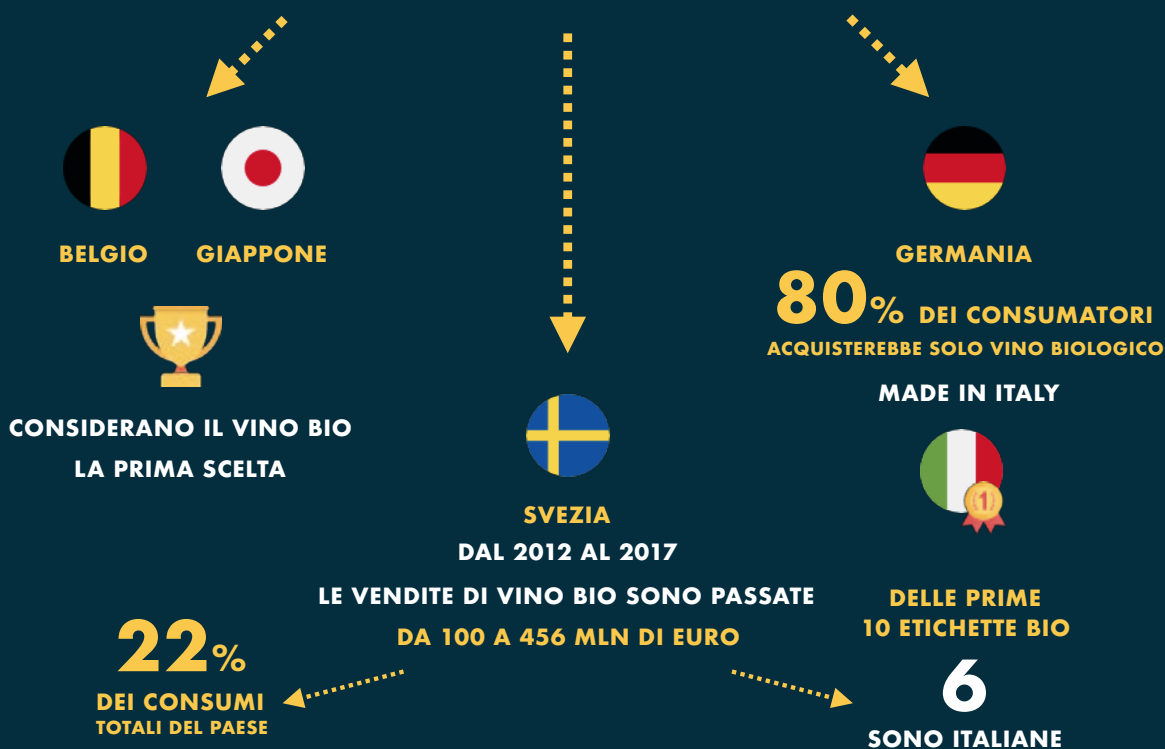


Fig.6

Infografica rappresentativa dei dati più rilevanti sul mercato del vino biologico / biodinamico / naturale nel 2018

15 winenews.it - Il futuro del commercio enoico mondiale tra nuovi mercati, tendenze e gusti che cambiano

16. perlagesuite.com - In diretta da Düsseldorf, parliamo di mercato del vino in Germania

In sintesi

L'analisi evidenzia una marcata crescita del mercato del vino naturale, identificando come driver principale l'ingresso sul mercato dei millennials.

Infatti, le motivazioni che in larga parte muovono questa generazione dimostrano di avere conseguenze dirette sul mercato, alimentandone i movimenti.

La forte attenzione dei millennials verso ecologia e sostenibilità sta alla base della domanda per questo tipo di prodotti, rendendo fondamentale un'offerta adeguata da parte del mercato.

Processi produttivi che salvaguardino l'ambiente e riducano gli sprechi, così come prodotti di qualità che garantiscano il benessere e la salute del consumatore sono spesso, per i millennials, preferibili rispetto ad altre categorie di prodotti.

Sostenuti da numeri che suggeriscono una crescita sempre maggiore del mercato anche in futuro, sono molti i produttori che si stanno muovendo in questo senso.



05

Metodologia



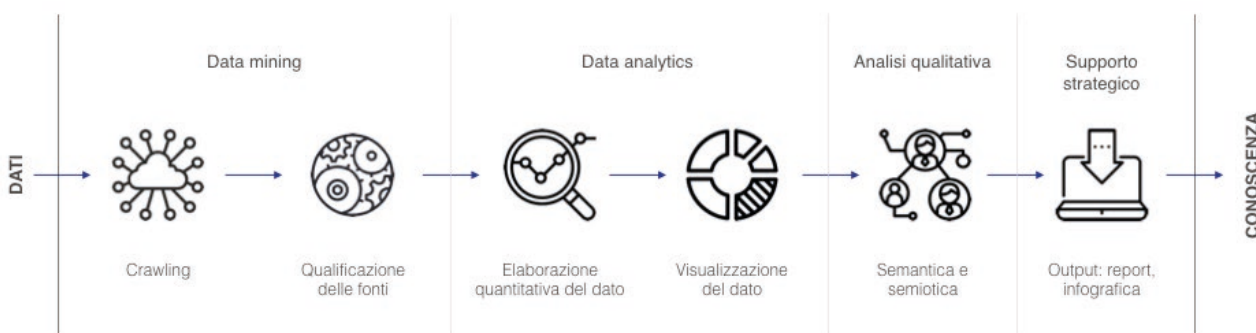
La rete rende disponibile un'enorme quantità di dati, grezzi e destrutturati, che necessitano di essere raccolti ed elaborati per essere tramutati in informazioni utili.

In una prima fase, algoritmi di crawling raccolgono questi dati che vengono acquisiti al fine di essere analizzabili per rispondere a specifiche richieste. In questa fase viene effettuata una qualificazione delle fonti web.

I dati raccolti dalla rete (web, social, forum, blog, ecc.) si definiscono dati acquisiti, che attraverso la piattaforma SMA Meter sono elaborati, organizzati e visualizzati per essere trasformati in informazione, pronti per una successiva analisi da parte degli analisti o del cliente.

La ricerca può essere costantemente ricalibrata attraverso i filtri o le chiavi di ricerca affinché l'output sia in linea con le necessità del cliente, in un processo che si può definire adattivo.

Le informazioni sono dunque analizzate strategicamente dagli analisti di Maxfone, il cui intervento consulenziale permette di produrre un'analisi quantitativa (data analytics) e qualitativa (analisi semantica) che rappresenta il valore aggiunto della filosofia SocialMeter Analysis. L'output che ne risulta è dunque conoscenza strategica per il cliente.



Più nello specifico, la nostra metodologia è rappresentabile con il seguente flusso:

- Data mining
- Data analytics
- Analisi qualitativa semantica e semiotica
- Supporto strategico

La fase di data mining consiste in tutte le attività volte all'estrazione di dati disaggregati e non strutturati da una indefinita quantità di fonti.

Il processo di data analytics si concretizza nell'analisi quantitativa del dato pulito attraverso processi di business intelligence.

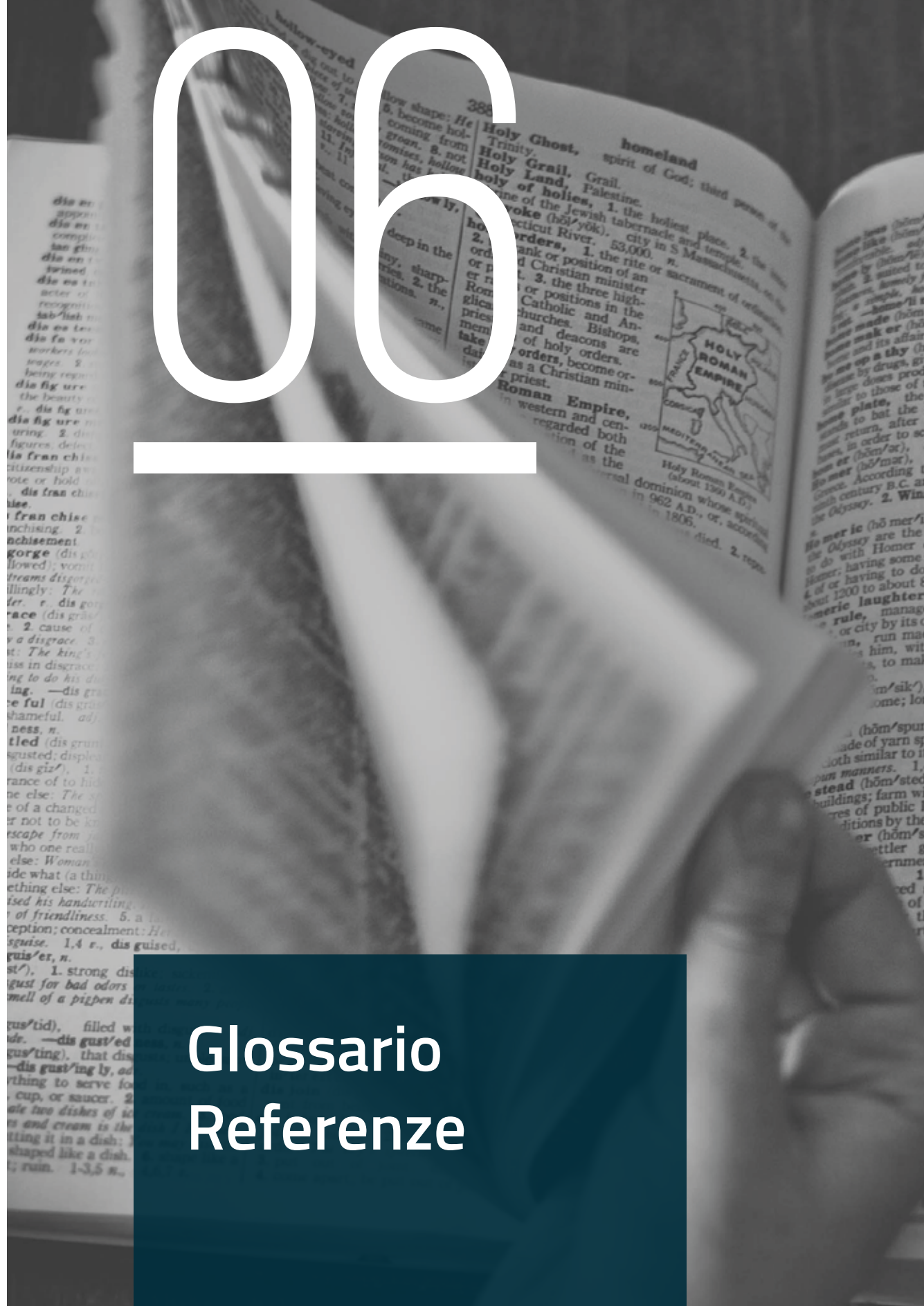
La fase del processo dedicata all'analisi qualitativa (semantica e semiotica) si basa su tecniche di text mining e image recognition, supportata da un intervento umano al fine di creare un valore aggiunto. Il processo di analisi è quindi reso possibile dalla tecnologia abilitante in congiunzione con l'intervento umano.

Il supporto strategico rappresenta l'output finale utile al cliente, espresso sotto forma di report o infografica.

Il metodo di acquisizione, monitoraggio e analisi dati di Maxfone detiene il primo brevetto italiano in Big Data Analysis (brevetto n° 1020015000040566).

OOO

Glossario Referenze



Web

- ActiveBrand 24: modulo della piattaforma SMA Meter che permette il monitoraggio su specifiche keyword sul conversato web (siti di news, blog, forum, immagini, video), filtrabile per lingua.

Referenze:

1. ismea.it - Report Agroalimentare 2018
2. ketumbar.it - I trend del vino nel 2019, parola d'ordine qualità e sostenibilità
3. theiwsr.com - Win Research Report
4. pewresearch.org - Millennial Life
5. innaturale.com - I Millennial amano il vino biologico e lo comprano online.
6. census.it - Rapporto annuale 2018
7. pwc.com/ - Il settore del vino in Italia: scenari evolutivi e strategie nell'era digitale
8. repubblica.it - Intelligente, automatica e su misura: ecco l'assicurazione del futuro
9. welovecycling.com - Is Organic Wine Really the End of Hangovers?
10. ifoam-eu.org - Norme UE per la produzione di vino biologico
11. intravino.com - Jules Chauvet
12. vignaioliartigianinaturali.it - Carta degli intenti dei Vignaioli Artigiani Naturali
13. ccpb.it - Regolamento di esecuzione UE n. 203/2012 dell'8 marzo 2012
14. rudolfsteiner.it - Agricoltura Biodinamica
15. winenews.it - Il futuro del commercio enoico mondiale tra nuovi mercati, tendenze e gusti che cambiano
16. perlagesuite.com - In diretta da Düsseldorf, parliamo di mercato del vino in Germania

EUROPA

Maxfone S.r.l.

Via Copernico, 38
20124 Milano (MI), Italia

Lungadige Galtarossa, 21
37133 Verona (VR), Italia

E: info@maxfone.it

USA

Instant Media Analyzer Inc.

10101 Hosta Cove
78570 Austin, Texas

E: info@instantmedianalyzer.com

SocialMeTer
Analysis

PHOTOSTREAM

**ACTIVE
BRAND 24**