

**L**a Casa Vinicola Zonin è una delle maggiori espressioni del mercato vitivinicolo italiano e quindi un prezioso punto di osservazione sull'andamento di questo importante segmento dell'economia italiana. Il vicepresidente Francesco Zonin ci aiuta a fare il punto sull'anno che si sta per concludere.

**D.** Com'è stato questo 2008 per il mercato del vino?

**R.** Il mercato non sta vivendo un ottimo momento. Grazie al nostro ampio portafoglio, noi lo possiamo osservare da più angolazioni e possiamo riassumere che vi è sostanziale stabilità rispetto allo scorso anno. Quanto a noi, chiuderemo complessivamente in crescita. Registriamo il positivo lancio della linea Primo Amore, composta di otto referenze (tre frizzanti e cinque fermi) vendute in grande distribuzione a un prezzo non superiore ai 3 euro. Tant'è che continueremo a sostenere Primo Amore anche in comunicazione: all'inizio del 2009, dopo la campagna sul brand che mi aveva coinvolto nella veste di testimonial, tomereemo sui maggiori quotidiani concentrandoci stavolta sui prodotti. Siamo anche entusiasti della performance del Prosecco Spumante, che sta diventando un fenomeno anche all'estero: penso agli Usa o alla Germania, dov'è leader di mercato.

**D.** Come si stanno evolvendo le abitudini d'acquisto del consumatore nel trade moderno?

**R.** C'è un'Italia che si sta aprendo come una forbice: chi si orientava sui vini da 3-4 euro o scende verso le proposte da 2 euro o sale verso quelle da 5-6 euro, dove si posizionano i nostri vini Tenuta Cà Vescovo, che non a caso stanno mettendo

# CASA VINICOLA ZONIN

## La prestigiosa Casa Vinicola archivia un anno di crescita con ottimi riscontri anche sui mercati internazionali



**Francesco Zonin è vicepresidente con delega nell'area commerciale della Casa Vinicola veneta, uno dei brand storici del mercato in Italia. La Casa Vinicola Zonin vanta un assortimento davvero completo, frutto delle sue undici aziende agricole, per 1.800 ettari di vigna, dislocate nei terroir più vocati sul territorio italiano. A esse si affianca quella di Barboursville, nella East Coast statunitense.**

**In un contesto di mercato stabile, La Casa Vinicola Zonin continua a crescere. Ottimi i riscontri sulla linea Primo Amore e sul Prosecco Spumante.**

**L'azienda prepara per quest'inverno una nuova consumer offer legata alla linea Primo Amore.**

**Gli Stati Uniti si confermano il mercato estero più interessante, accanto all'Europa e al Sud-Est asiatico.**

a segno crescite a due cifre. In realtà, presidiamo entrambe le fasce, il che ci consente di ottenere comunque buoni risultati. Più in generale, constatiamo che da alcuni anni il consumatore sta bevendo meglio e con maggiore consapevolezza, mostrando di aver fatto veramente passi da gigante in termini di conoscenza e passione per questo prodotto. Merito dell'impegno di noi produttori, dei retailer e della stampa. L'importante adesso è continuare sulla strada tracciata e migliorarci ancora, per esempio lavorando sulla chiarezza dello scaffale, che oggi tende ancora a disorientare un po' il consumatore.

**D.** La Casa Vinicola Zonin presidia ormai il territorio italiano con numerose tenu-

te in zone particolarmente vocate: quali sono le novità su questo fronte?

**R.** Abbiamo lanciato recentemente la nostra nuova tenuta Maseria Palombara in Puglia, nel Salento, che ci sta dando notevoli soddisfazioni: qui naturalmente ci dedichiamo a vitigni tipici come il Primitivo e il Negroamaro. Vorrei citare anche la tenuta toscana di Pian del Bichi, in provincia di Grosseto: circa 400 ettari, di cui 150 piantati a vigna. Qui al Sangiovese abbiamo affiancato una novità, il Vermentino, un vino fresco, abbastanza fruttato e con ottima acidità, che si presta a ottimi abbinamenti.

**D.** Tornando al retail, avete in programma iniziative dedicate a questo canale?

**R.** Premesso che oggi siamo sicuri che i prodotti della Casa Vinicola Zonin "parlino da soli" a un bacino di consumatori affezionati al marchio, che ci riconoscono qualità, serietà e credibilità, va detto che gli investimenti in grande distribuzione negli ultimi due anni sono stati finalizzati ad attività in store attraverso le quali abbiamo cercato di raccontare la nostra realtà. Abbiamo testato un paio d'anni fa una "consumer offer" sulla linea Ogni-Giorno e stiamo approntandone una nuova legata a Primo Amore: al momento posso solo anticipare che la proporranno tra quest'inverno e la prossima primavera e avrà caratteri di forte originalità.

**D.** Quali i trend più significativi per la Casa Vinicola Zonin sui mercati esteri?

**R.** Il mercato più interessante per noi resta quello degli Stati Uniti: una realtà complessa, ma che continua a regalarci grandi soddisfazioni, come il successo clamoroso del Prosecco. States a parte, segnalerei gli ottimi riscontri in Germania, Nord Europa, in Russia, Ucraina e nelle Repubbliche Baltiche, mercati questi molto potenziali. Tutto il Sud-Est asiatico è molto performante; quanto alla Cina post olimpica, bisogna vedere come riusciremo a influenzare il consumo quotidiano. Restano da citare il Giappone, anch'esso un buon mercato, e l'Australia, interessante anche per la presenza di una folta comunità italiana.



Casa Vinicola Zonin

Casa Vinicola Zonin  
Via Borgolecco, 9  
36053 Gambellara (Vi)  
Tel. 0444 640 111  
Fax 0444 640 201  
www.zonin.it  
info@zonin.it