

Indice

Prefazione	9
<i>Silvana Ballotta - Ceo Business Strategies</i>	
Introduzione	13
<i>Denis Pantini - Responsabile Nomisma Wine Monitor</i>	
Capitolo 1.	
Scenario mondiale del mercato del vino e ruolo dell'Italia	17
1.1 La produzione di vino nel mondo	17
1.2 I consumi di vino nel mondo	19
1.3 Gli scambi internazionali	21
1.4 L'export italiano	23
1.5 I nuovi trend di consumo sul mercato interno	25
<i>Il vino biologico</i>	25
<i>Il vino nel canale on-line</i>	28
<i>Vino e Millennials</i>	29
<i>Il ruolo del "fuori casa" per il consumatore di vino</i>	29
<i>Enoturismo</i>	31
Capitolo 2.	
Focus 10 mercati esteri	33
2.1 Stati Uniti	34
<i>Il quadro socio-economico</i>	34
<i>I consumi e le vendite di vino</i>	35
<i>Le importazioni di vino e il ruolo dell'Italia</i>	38
<i>Consumer profile</i>	39
<i>Scheda tecnica</i>	40

2.2 Regno Unito	42
<i>Il quadro socio-economico</i>	42
<i>I consumi e le vendite di vino</i>	42
<i>Le importazioni di vino e il ruolo dell'Italia</i>	46
<i>Consumer profile</i>	47
<i>Scheda tecnica</i>	48
2.3 Germania	49
<i>Il quadro socio-economico</i>	49
<i>I consumi e le vendite di vino</i>	49
<i>Le importazioni di vino e il ruolo dell'Italia</i>	51
<i>Consumer profile</i>	53
<i>Scheda tecnica</i>	54
2.4 Cina	55
<i>Il quadro socio-economico</i>	55
<i>I consumi e le vendite di vino</i>	55
<i>Le importazioni di vino e il ruolo dell'Italia</i>	57
<i>Consumer profile</i>	59
<i>Scheda tecnica</i>	60
2.5 Canada	62
<i>Il quadro socio-economico</i>	62
<i>I consumi di vino</i>	62
<i>Le vendite di vino</i>	64
<i>Le importazioni di vino e il ruolo dell'Italia</i>	66
<i>Consumer profile</i>	68
<i>Scheda tecnica</i>	69
2.6 Giappone	70
<i>Il quadro socio-economico</i>	70
<i>I consumi e le vendite di vino</i>	70
<i>Le importazioni di vino e il ruolo dell'Italia</i>	72
<i>Consumer profile</i>	74
<i>Scheda tecnica</i>	74
2.7 Svizzera	76
<i>Il quadro socio-economico</i>	76
<i>I consumi e le vendite di vino</i>	76
<i>Le importazioni di vino e il ruolo dell'Italia</i>	78
<i>Consumer profile</i>	80
<i>Scheda tecnica</i>	80
2.8 Russia	82
<i>Il quadro socio-economico</i>	82
<i>I consumi e le vendite di vino</i>	82

<i>Le importazioni di vino e il ruolo dell'Italia</i>	85
<i>Consumer profile</i>	87
<i>Scheda tecnica</i>	87
2.9 Svezia	89
<i>Il quadro socio-economico</i>	89
<i>I consumi e le vendite di vino</i>	89
<i>Le importazioni di vino e il ruolo dell'Italia</i>	92
<i>Consumer profile</i>	94
<i>Scheda tecnica</i>	94
2.10 Brasile	95
<i>Il quadro socio-economico</i>	95
<i>I consumi e le vendite di vino</i>	95
<i>Le importazioni di vino e il ruolo dell'Italia</i>	98
<i>Consumer profile</i>	99
<i>Scheda tecnica</i>	100

Capitolo 3.

Le prospettive per il vino italiano attraverso il racconto e le opinioni di tre casi di successo: Frescobaldi, Ferrari e Santa Margherita	103
--	-----

3.1 Marchesi Frescobaldi	
<i>Lamberto Frescobaldi - Presidente Marchesi Frescobaldi</i>	103
3.2 Gruppo Lunelli	
<i>Matteo Bruno Lunelli - AD Gruppo Lunelli</i>	109
3.3 Santa Margherita Gruppo Vinicolo	
<i>Ettore Nicoletto - AD Santa Margherita Gruppo Vinicolo</i>	115

Fonti e siti internet	119
------------------------------	-----

Parte Seconda

Grossisti, distributori e importatori di vini e liquori in Europa e Stati Uniti

a cura di Agra Editrice

Europa

Austria	122
Belgio	127

Cipro	133
Danimarca	133
Estonia	139
Finlandia	140
Francia	141
Germania	145
Gibilterra	166
Gran Bretagna	166
Grecia	187
Irlanda	187
Italia	189
Lettonia	196
Lussemburgo	196
Norvegia	197
Olanda	199
Polonia	200
Portogallo	201
Repubblica Ceca	201
Spagna	201
Svezia	204
Svizzera	206
Ungheria	212

Stati Uniti

Stati Uniti	213
-------------	-----