



SCENARIO E PROSPETTIVE DEL VINO ITALIANO

TIZIANA SARNARI - ISMEA

Winter School Sanguis Jovis 2020

Montalcino (Si)

4 marzo 2020



«Il vino, prodotto della vite, la vite e i territori viticoli, quali frutto del lavoro, dell'insieme delle competenze, delle conoscenze, delle pratiche e delle tradizioni, costituiscono un patrimonio culturale nazionale da tutelare e valorizzare negli aspetti di sostenibilità sociale, economica, produttiva, ambientale e culturale».

Testo Unico del Vino - Legge 12 dicembre 2016 - Art. 1

SCHEDA DI SETTORE: VINO



1. LE CARATTERISTICHE DELLA FILIERA

2. LA STRUTTURA DEL SETTORE

3. I VINI DOP E IGP

4. IL COMMERCIO ESTERO DELL'ITALIA

5. I PREZZI ALLA PRODUZIONE

6. IL CONSUMO INTERNO

7. IL CONTESTO INTERNAZIONALE E GLI SCENARI FUTURI

8. I DATI DELL'OCM VINO

9. ANALISI SWOT





1

Le caratteristiche della filiera



LA STRUTTURA DELL'ITALIA DEL VINO



Struttura



13 Mld di €
FATTURATO
COMPLESSIVO



310 mila
N. IMPRESE VITICOLE



666 mila ha
LE SUPERFICI
INVESTITE



46 mila
LE AZIENDE
VINIFICATRICI.
>50% vino da 518
coop

Offerta



46,4 Mln di hl
PRODUZIONE (-16%
rispetto al 2018)



49% IL PESO DELLE
IG CERTIFICATE
SULLA
PRODUZIONE



526 RICONOSCIMENTI
DOP e IGP
74 Docg
334 Doc
118 Igt

Domanda



37,5 litri
CONSUMI PRO
CAPITE



2019
+2,2% vini
+6,1% spumanti
LE VENDITE IN VALORE
ALLA GDO

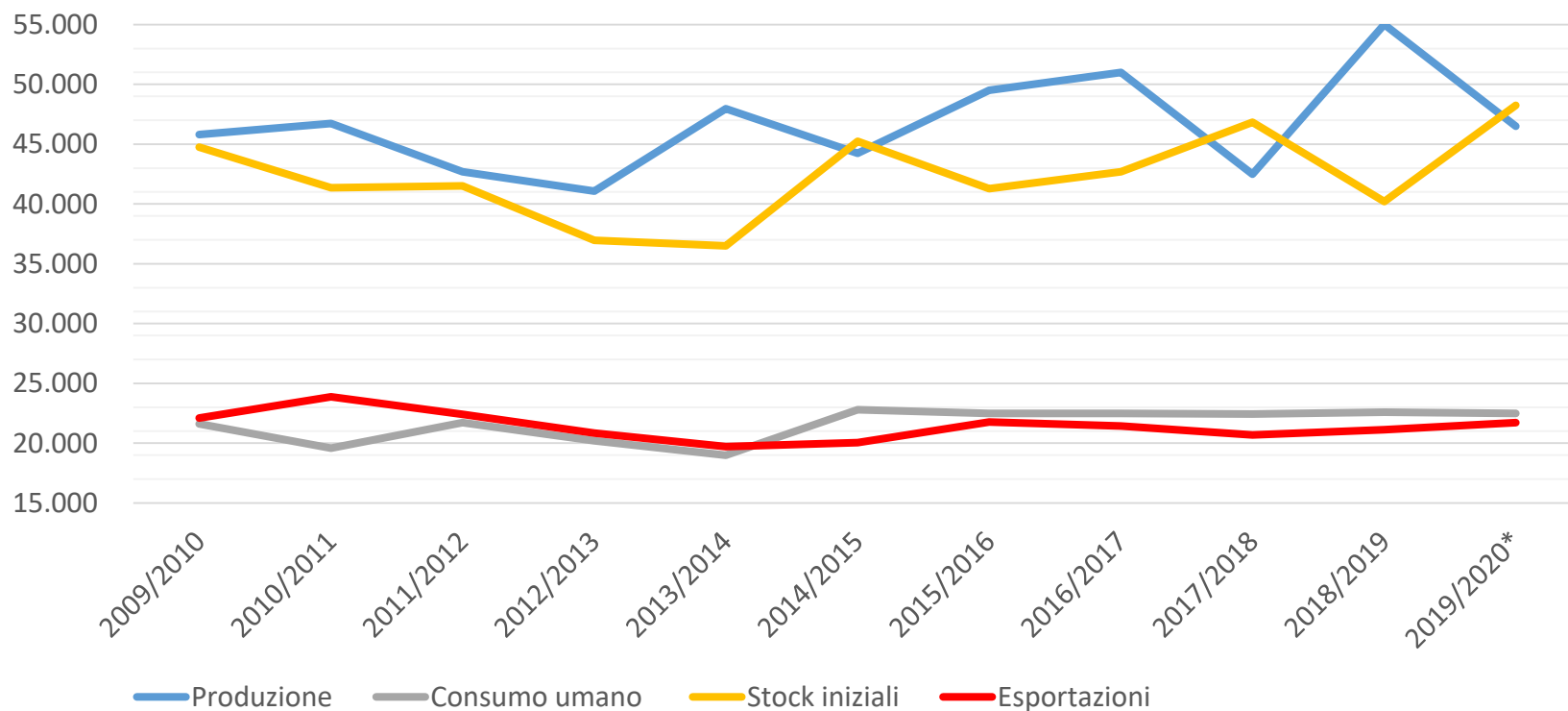


2019
6,4 mld € di export
(+2,7%) per circa
21,9 mln hl (+10,5%)

DOMANDA E OFFERTA IN ITALIA: C'È EQUILIBRIO?



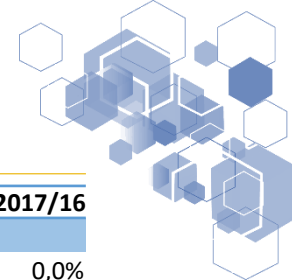
Le macro variabili del settore vino italiano



Fonte: Ismea, da bilanci di approvvigionamento. *previsione

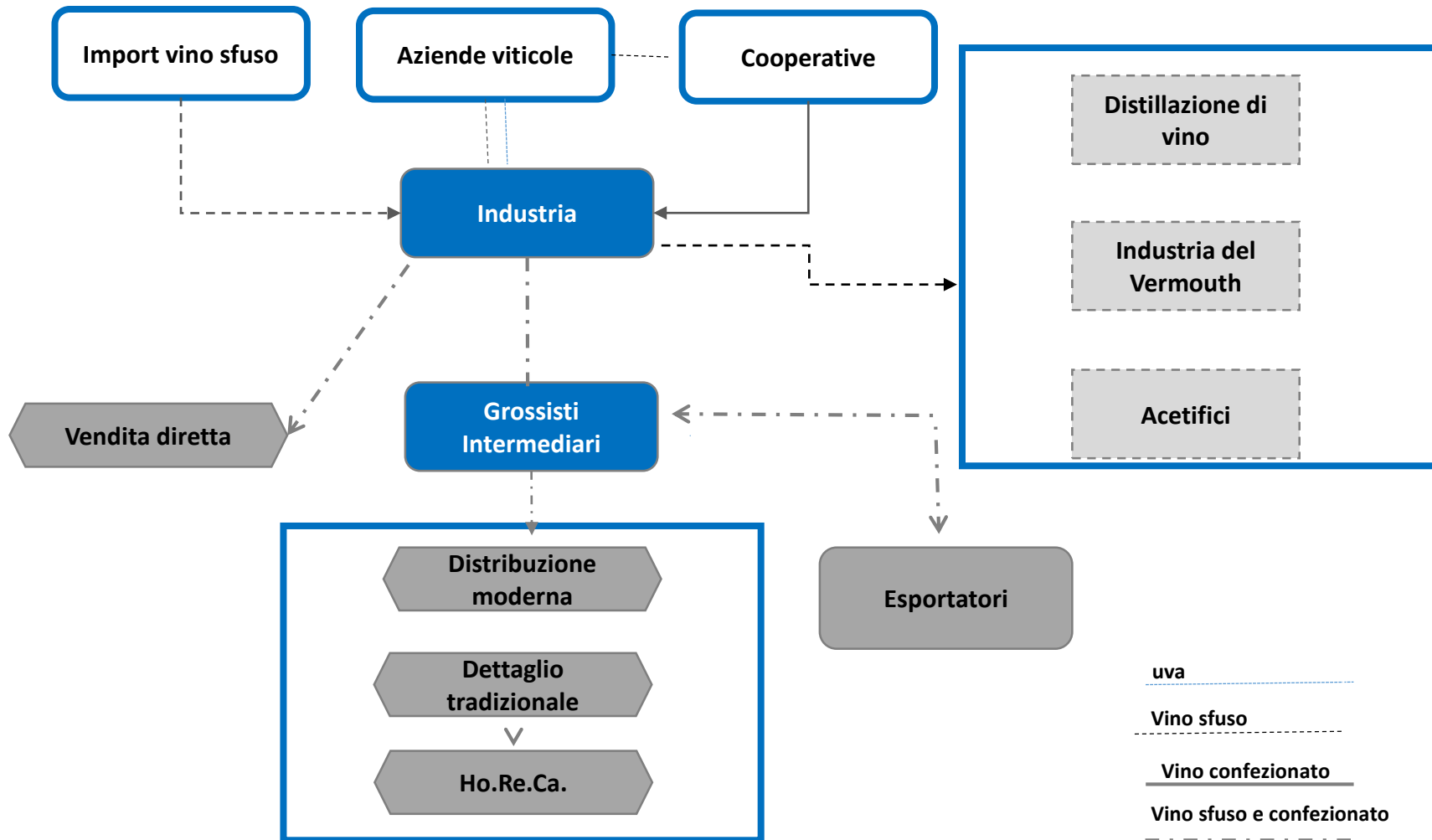


I NUMERI DELLA FILIERA

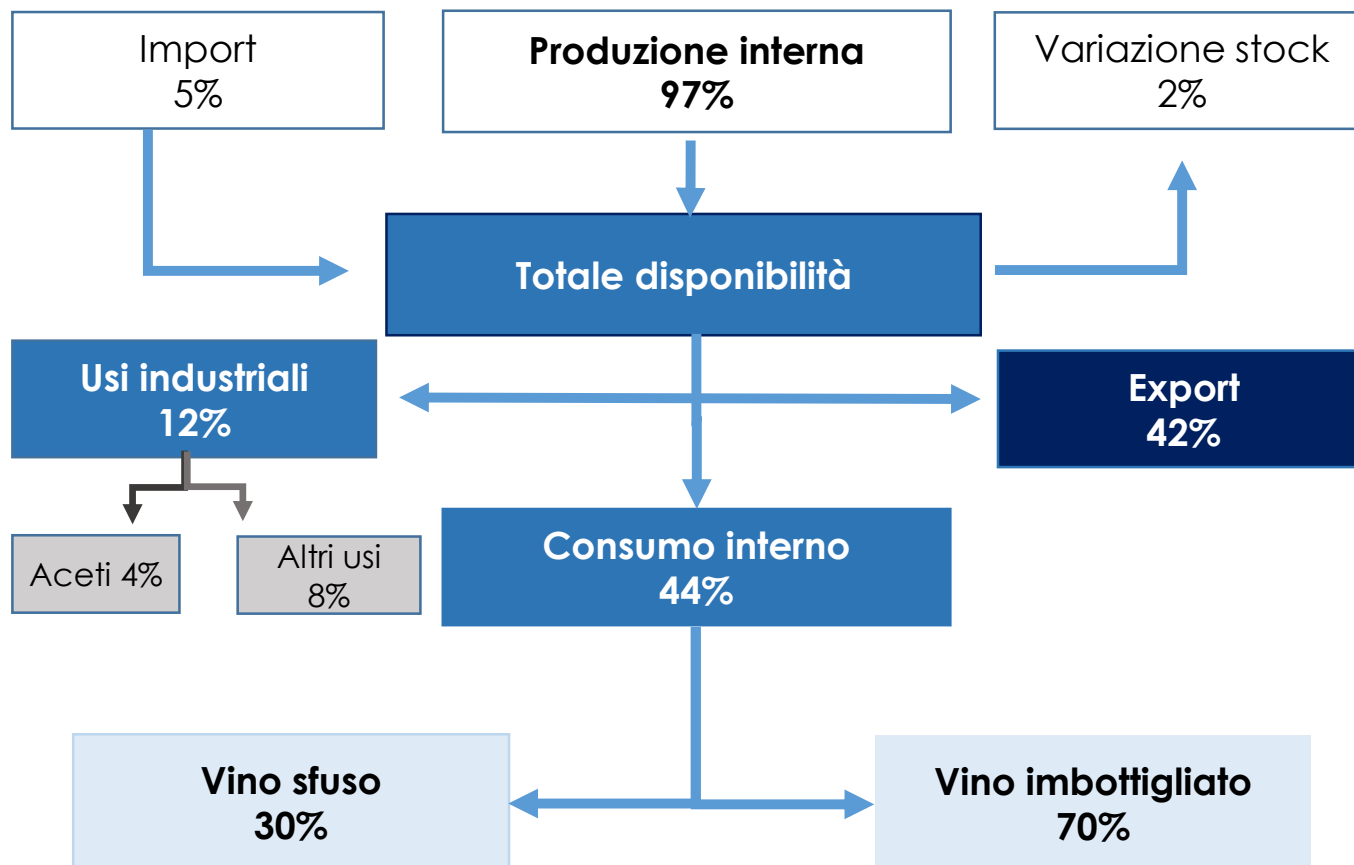


		2016	2017	2018	Var. % 2017/16
Struttura¹					
aziende agricole ¹	(n)	310.428	310.428	310.428	0,0%
superficie ²	(ha)	645.800	652.217	659.000	1,0%
ha/azienda	(ha)	2,08	2,1	2,1	1,0%
aziende vinificatrici ²		45.730	42.000	nd	
imprese industriali ³	(n)	1.807	1.807	1.807	0,0%
addetti industria	(n)	13.124	13.124	13.124	0,0%
Offerta					
produzione ⁴	(migliaia hl)	50.990	42.499	54.783	28,9%
peso denominazioni (Doc/Docg) ⁴	(% q.)	26,8	35,4	31,0	-12,4%
produzione/consumo	(% q.)	227,6	188,0	244,6	30,1%
fatturato industria ⁵	(milioni euro)	12.798	13.004	13.200	1,5%
peso sul fatturato ind. agroalimentare ⁵	(% v.)	9,7%	9,8%	10,0%	2,0%
quota di mercato prime quattro imprese imprese ⁶	(% v.)	9,2%	9,4%	9,4%	0,4%
Scambi con l'estero⁵					
import ⁴	(milioni di euro)	307	322	345	7,1%
import/consumi ⁸	(% in quantità)	7,6%	9,2%	9,1%	-0,9%
peso sul tot. agroalimentare ⁴	(% v)	0,75%	0,72%	0,77%	7,8%
export ⁴	(milioni di euro)	5.627	6.005	6.204	3,3%
peso sul tot. agroalimentare ⁴	(% v)	14,7%	14,6%	14,8%	1,4%
export/produzione ⁴	(% in volume)	307	322	345	7,1%
saldo ⁴	(milioni di euro)	7,6%	9,2%	9,1%	-0,9%
saldo normalizzato	(% valore)	0,75%	0,72%	0,77%	7,8%
Domanda					
consumo totale apparente ⁶	(migliaia hl)	22.400	22.600	22.400	-0,9%
consumo pro capite apparente ⁷	(litri)	37,3	37,8	37,5	-0,9%
Mercato					
Indice dei prezzi alla produzione del					
vino ⁸	(100=2010)	137,4	145,8	173,8	19,2%
- vini comuni	(100=2010)	120,9	146,5	190,7	30,1%
- vini Igt	(100=2010)	135,0	137,3	163,8	19,3%
- vini Doc-Docg	(100=2010)	152,8	153,3	170,4	11,1%

I PRINCIPALI ATTORI DELLA FILIERA



I FLUSSI DELLA FILIERA VINO



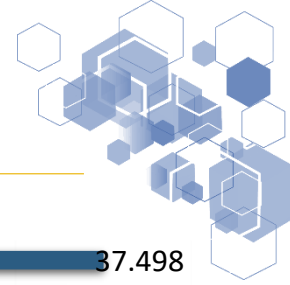


2

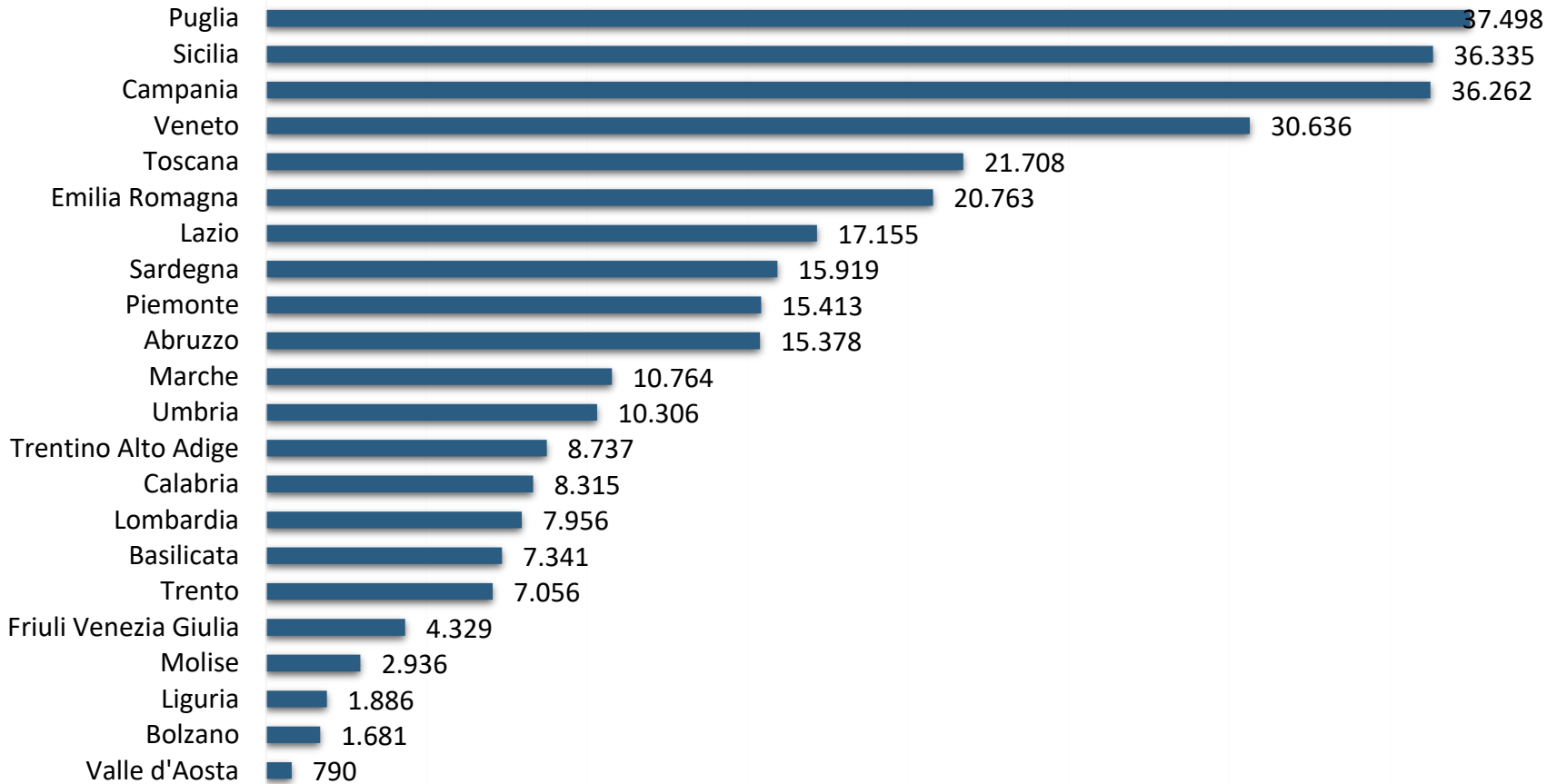
La struttura del settore



LE AZIENDE AGRICOLE



Numero



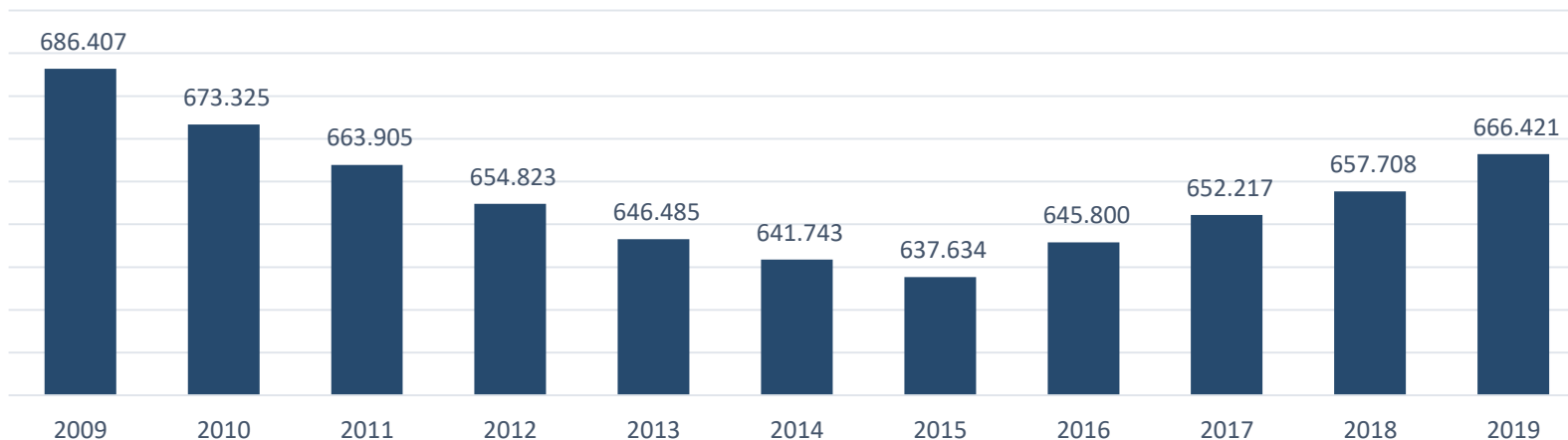
Il numero delle aziende vinicole è sceso in modo tendenziale fino a 310 mila. La concentrazione delle aziende ha permesso alla dimensione media di salire sopra i 2 ettari.



LA SUPERFICIE A VITE DA VINO



La superficie vitata in Italia (ettari)

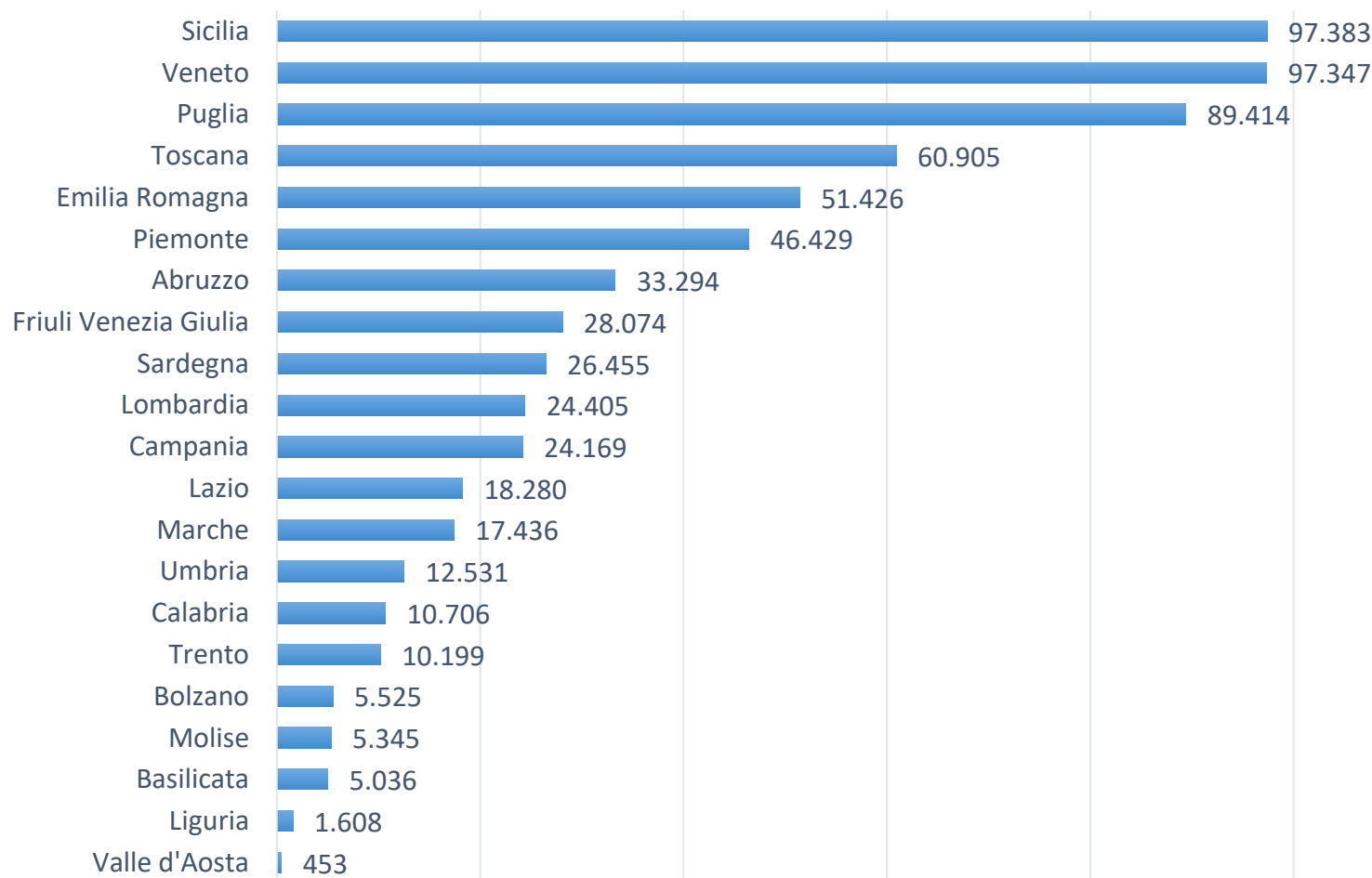


Fonte: Ismea su dati AGEA

- ✓ **666.000 ettari (+1,3%)** terzo anno consecutivo di aumento delle superfici, anche grazie al nuovo sistema autorizzativo.
- ✓ Di questi **415 mila ettari** sono a **Dop** e **98 mila a Igp**
- ✓ Aumenti di superficie del 2018 sono concentrati in:
 - +3,2% Veneto + 1,0 % Friuli V.G.; +2,4% Lombardia, +2,4% Toscana



LA DISTRIBUZIONE REGIONALE DEL VIGNETO ITALIA

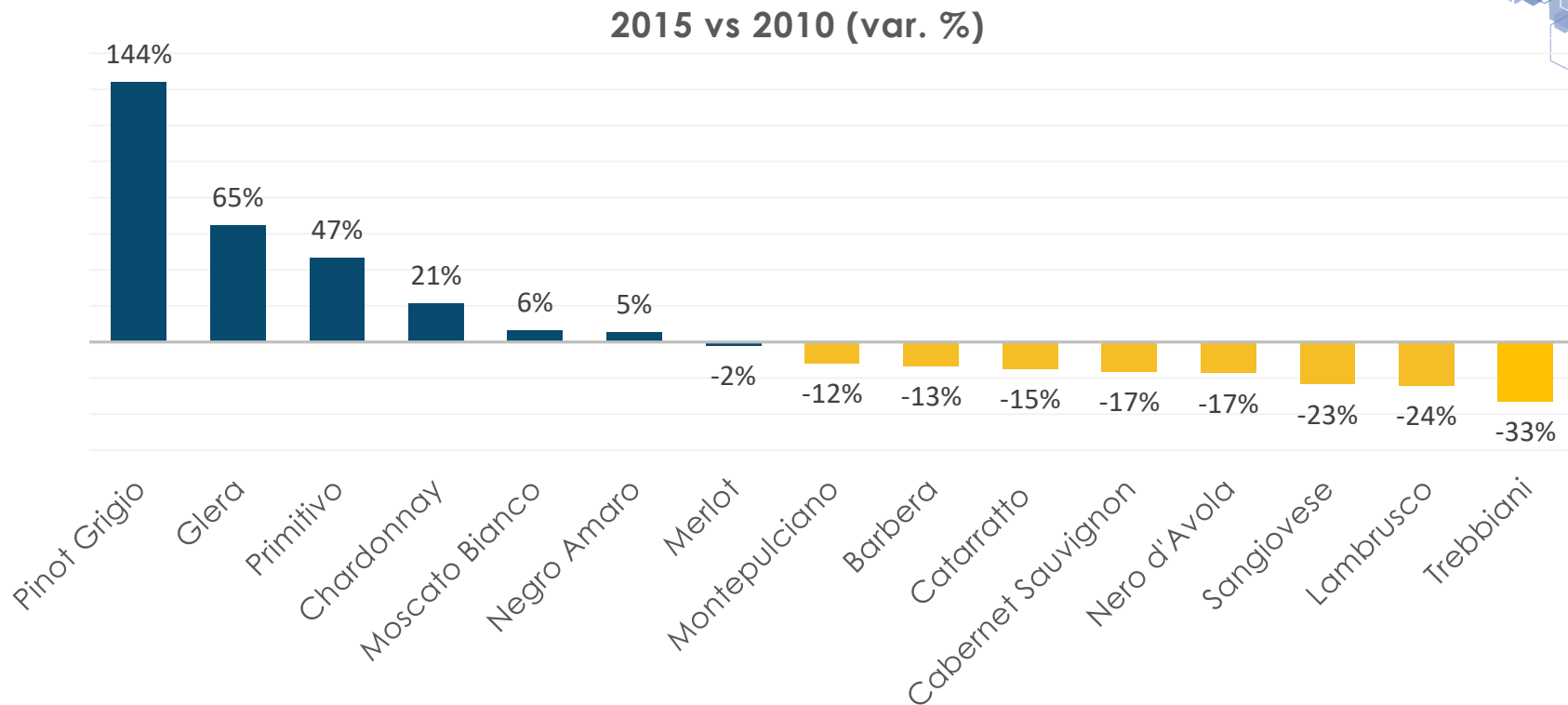


Fonte: Ismea su dati AGEA

- La Sicilia continua ad essere la prima regione con vite da vino anche se da quattro anni è scesa sotto la soglia dei 100 mila ettari. Crescono le regioni del Nord-Est



I CAMBIAMENTI AMPELOGRAFICI DEL VIGNETO ITALIA



Fonte: Ismea su dati AGEA

- Il patrimonio varietale italiano conta nel registro nazionale delle variet  ben 504 vitigni ad uva da vino, a cui si aggiungono i 154 ad uva da tavola, contro i 341 complessivi della Francia e i 238 della Spagna.
- Di queste 504 ben 70 sono variet  italiane, mentre le restanti sono internazionali.
- In 15 anni il vitigno Italia   diventato pi  «bianco».



LA STRUTTURA PRODUTTIVA DELLE AZIENDE VINIFICATRICI



	Aziende 2010	Aziende 2015	Var.%
0 -100	51.327	34166	-33%
101-1.000	8.320	8023	-4%
1.001-10.000	2.277	2853	25%
10.001-50.000	403	468	16%
50.001-100.000	118	117	-1%
>100.000	84	106	26%
Totale complessivo	62.529	45.733	-27%

Classi di produzione (hl)	Quota aziende vinificatrici		Quota produzione	
	2010	2015	2010	2015
0-100	82%	76%	1,5%	1,1%
101-1.000	13%	17%	6,0%	5,8%
1.001-10.000	4%	5%	13,0%	15,7%
10.001-50.000	1%	1%	20,9%	20,3%
50.001-100.000	0%	0%	18,3%	15,3%
>100.000	0%	0%	40,3%	41,9%
Totale complessivo	100%	100%	100,0	100,0%

Più del 50% della produzione afferisce al mondo della Cooperazione



LA DISTRIBUZIONE REGIONALE DELLA PRODUZIONE TOTALE DI VINO



	Migliaia di ettolitri (Media 2014-2018)		Quota
Piemonte	2.576		5,3%
Valle	15		0,0%
Lombardia	1.408		2,9%
Trentino-Alto	1.308		2,7%
di cui	-		0,0%
Bolzano	314		0,7%
Trento	993		2,1%
Veneto	10.386		21,6%
Friuli-V.Giulia	1.714		3,6%
Liguria	54		0,1%
Emilia-	7.794		16,2%
Toscana	2.452		5,1%
Umbria	520		1,1%
Marche	876		1,8%
Lazio	1.079		2,2%
Abruzzo	2.917		6,1%
Molise	232		0,5%
Campania	928		1,9%
Puglia	8.165		17,0%
Basilicata	86		0,2%
Calabria	255		0,5%
Sicilia	4.837		10,0%
Sardegna	569		1,2%
Italia	48.172		100%

- Nel 2019* la produzione si stima a 46 milioni di ettolitri (-16%%).
- Il **Veneto** si posiziona saldamente al primo posto

Regioni	Variazione 2019/2018	2019*
Piemonte	-15%	2.470
Valle d'Aosta	0%	17
Lombardia	-30%	1.200
Trentino-Alto A.	-15%	1.350
Veneto	-16%	11.270
Friuli-V.Giulia	-18%	1.780
Liguria	-10%	41
Emilia-Romagna	-20%	7.410
Toscana	-10%	2.570
Umbria	-24%	340
Marche	-15%	820
Lazio	-15%	660
Abruzzo	-11%	3.050
Molise	0%	239
Campania	-6%	580
Puglia	-16%	8.000
Basilicata	-10%	85
Calabria	-3%	113
Sicilia	-20%	3.760
Sardegna	-13%	380
Italia	-16%	46.135





3

I vini Dop e Igp

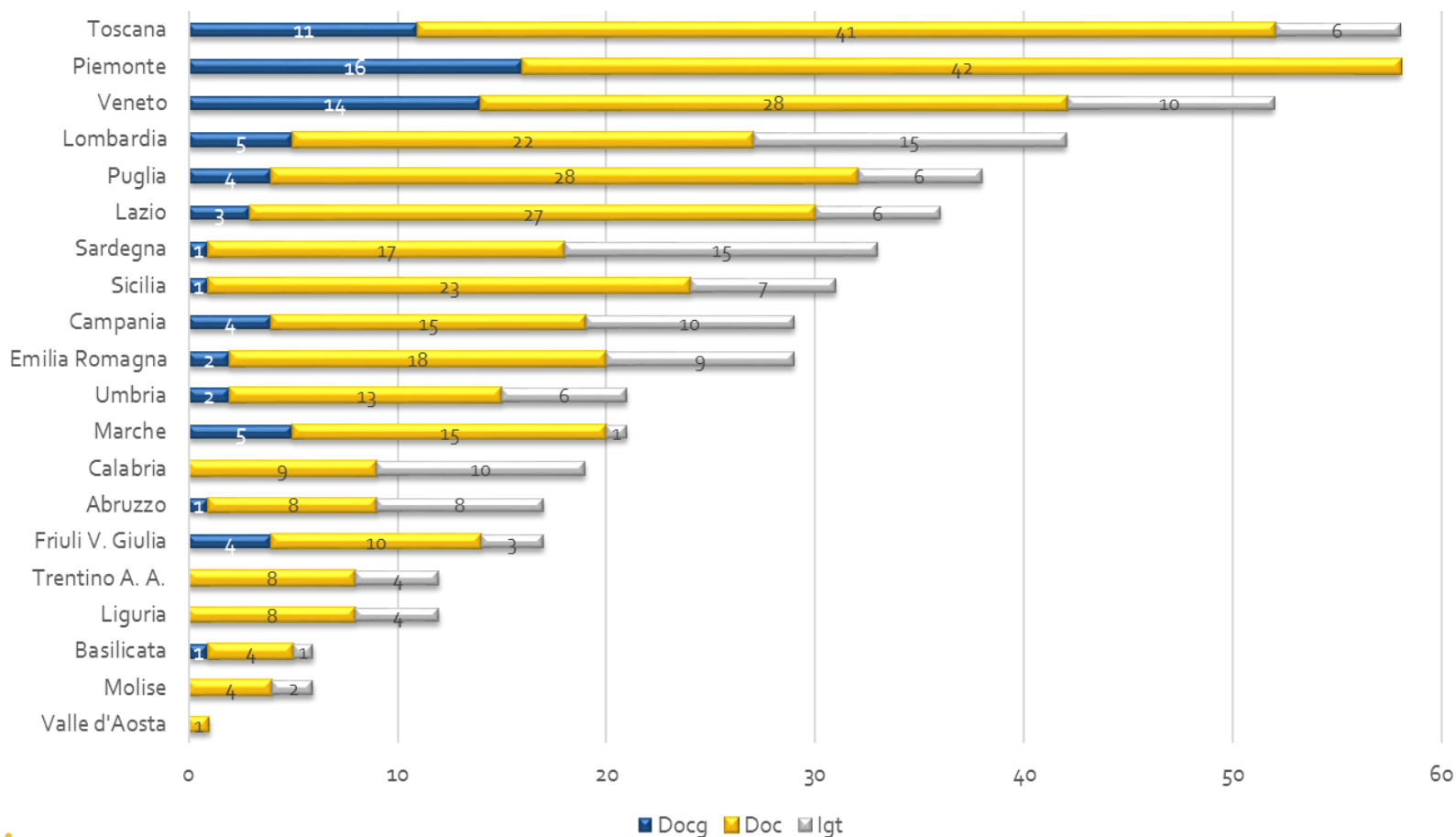


IL NUMERO DI RICONOSCIMENTI DOP E IGP



Italia prima per numero di riconoscimenti

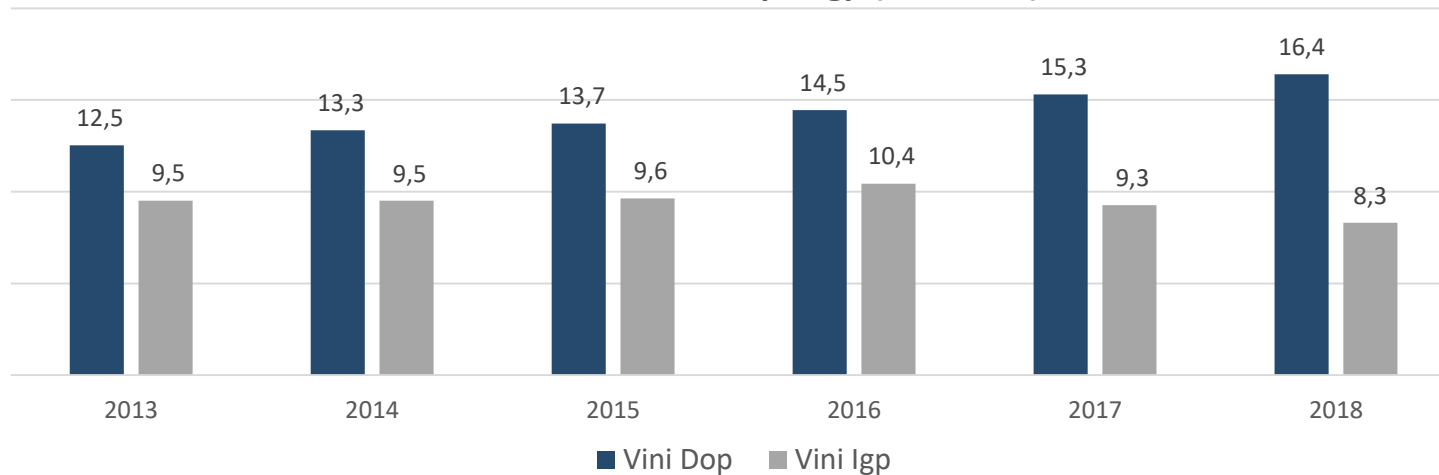
526 IG: 408 DOP e 118 IGP



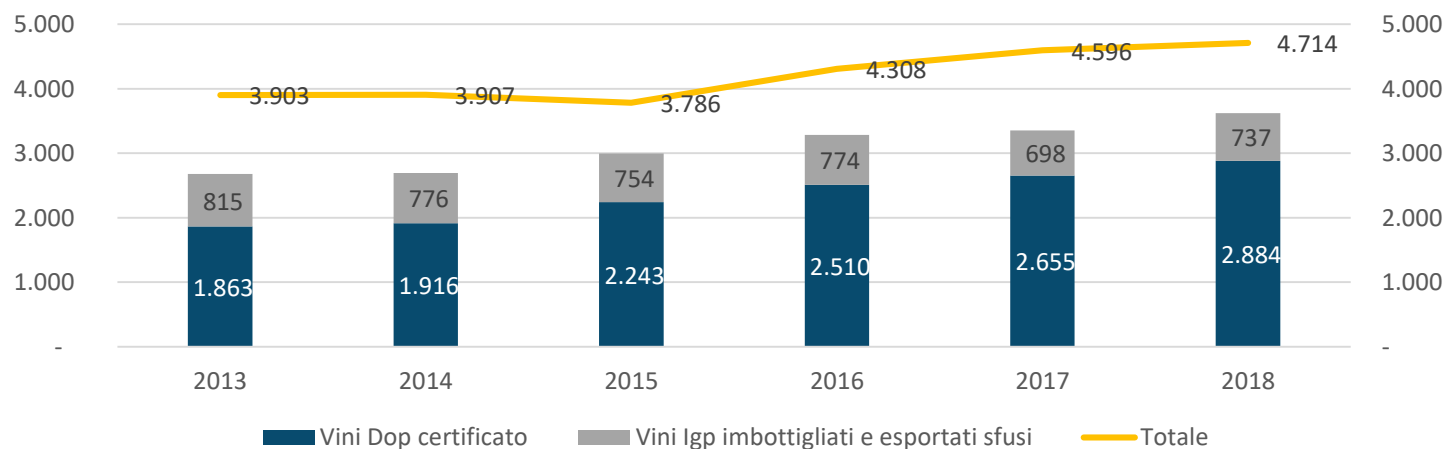
I VINI DOP E IGP: PRODUZIONE E VALORE



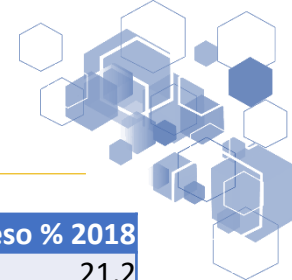
Volumi certificati Dop e Igp (milioni hl)



Il valore della produzione "sfusa" - Milioni di euro



I PRINCIPALI VINI DOP CERTIFICATI



I principali vini Dop per volume certificato (ettolitri)

	2017	2018	Var. % 18/17	Peso % 2018
Prosecco	3.226.172	3.477.344	7,8	21,2
Delle Venezie	145.952	1.445.424	890,3	8,8
Montepulciano d'Abruzzo	834.466	802.427	-3,8	4,9
Chianti	751.334	707.608	-5,8	4,3
Conegliano Valdobbiadene	669.068	679.828	1,6	4,1
Asti o Moscato d'Asti o Asti spumante	665.791	654.842	-1,6	4,0
Chianti Classico	417.387	262.846	-37,0	1,6
Soave	361.986	379.325	4,8	2,3
Sicilia	337.722	790.945	134,2	2,0
Alto Adige	307.269	297.261	-3,3	1,8
Trentino	302.670	328.146	8,4	2,0
Altri vini Dop	7.281.479	6.613.113	8,4	40,2
Totale comparto vini Dop	15.301.297	16.439.108	7,4	100,0

I principali vini Dop per valore del prodotto certificato (migliaia di euro)

	2017	2018	Var. % 18/17	Peso % 2018
Prosecco	631	702	11,3	24,3
Conegliano Valdobbiadene	184	188	2,2	6,5
Delle Venezie	21	146	601,4	5,1
Asti	107	111	4,0	3,9
Chianti	81	99	22,1	3,4
Amarone della Valpolicella	103	97	-5,7	3,4
Alto Adige	100	96	-3,9	3,3
Sicilia	31	85	176,4	2,9
Valpolicella Ripasso	86	84	-2,2	2,9
Chianti Classico	98	69	-29,0	2,4
Barolo	89	68	-23,8	2,3
Montepulciano d'Abruzzo	63	63	0,5	2,2
Trentino	51	55	7,7	1,9
Altri	1.011	1.023	1,2	35,4
Totale vini Dop	2.655	2.887	8,7	100,0

I PRINCIPALI VINI IGP



I principali vini IGP per volume «imbottigliato» (ettolitri)

	2017	2018	Var. % 18/17	Peso % 2018
Terre Siciliane	1.308.159	940.252	-28,1	12,3
Veneto	988.864	939.996	-4,9	12,3
Emilia o dell'Emilia	989.103	854.507	-13,6	11,2
Puglia	649.165	731.742	12,7	9,6
Toscana O Toscana	565.284	604.461	6,9	7,9
Rubicone	521.329	523.672	0,4	6,8
Provincia di Pavia	304.515	490.651	61,1	6,4
Salento	410.158	487.799	18,9	6,4
Trevenezie	440	359.058	+++	4,7
Delle Venezie	1.184.870	292.603	-75,3	3,8
Altri	1.293.378	1.253.041	13,5	16,4
Totale vini Igp	8.239.797	7.656.025	-7,1	100,0

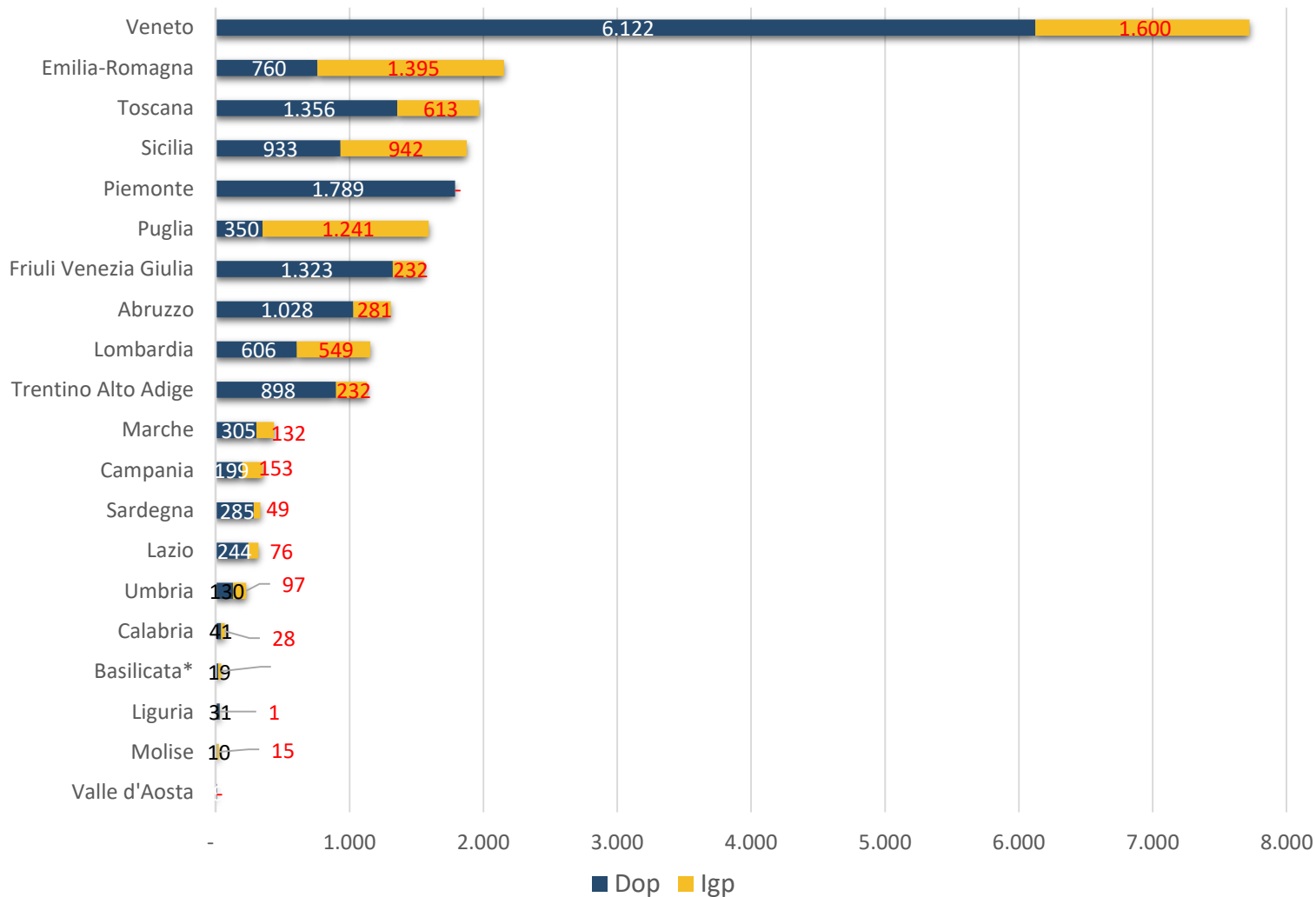
I principali vini Igp per valore dell'imbottigliato (migliaia di euro)

	2017	2018	Var. % 18/17	Peso % 2018
Terre Siciliane	107	94	-12%	14,5%
Veneto	79	92	16%	14,3%
Emilia o dell'Emilia	42	68	62%	10,6%
Toscana O Toscana	45	66	45%	10,1%
Puglia	27	56	105%	8,6%
Salento	28	39	39%	6,1%
Trevenezie		35	+++	5,4%
Provincia di Pavia	15	29		4,5%
Rubicone	22	29	30%	4,5%
Delle Venezie	114	29	-75%	4,4%
Vigneti delle Dolomiti	24	21	-14%	3,2%
Altri	76	88	16%	13,6%
Totale vini Igp	580	646	11,4%	100,0%

IL VOLUME DELLE DOP E IGP PER REGIONE



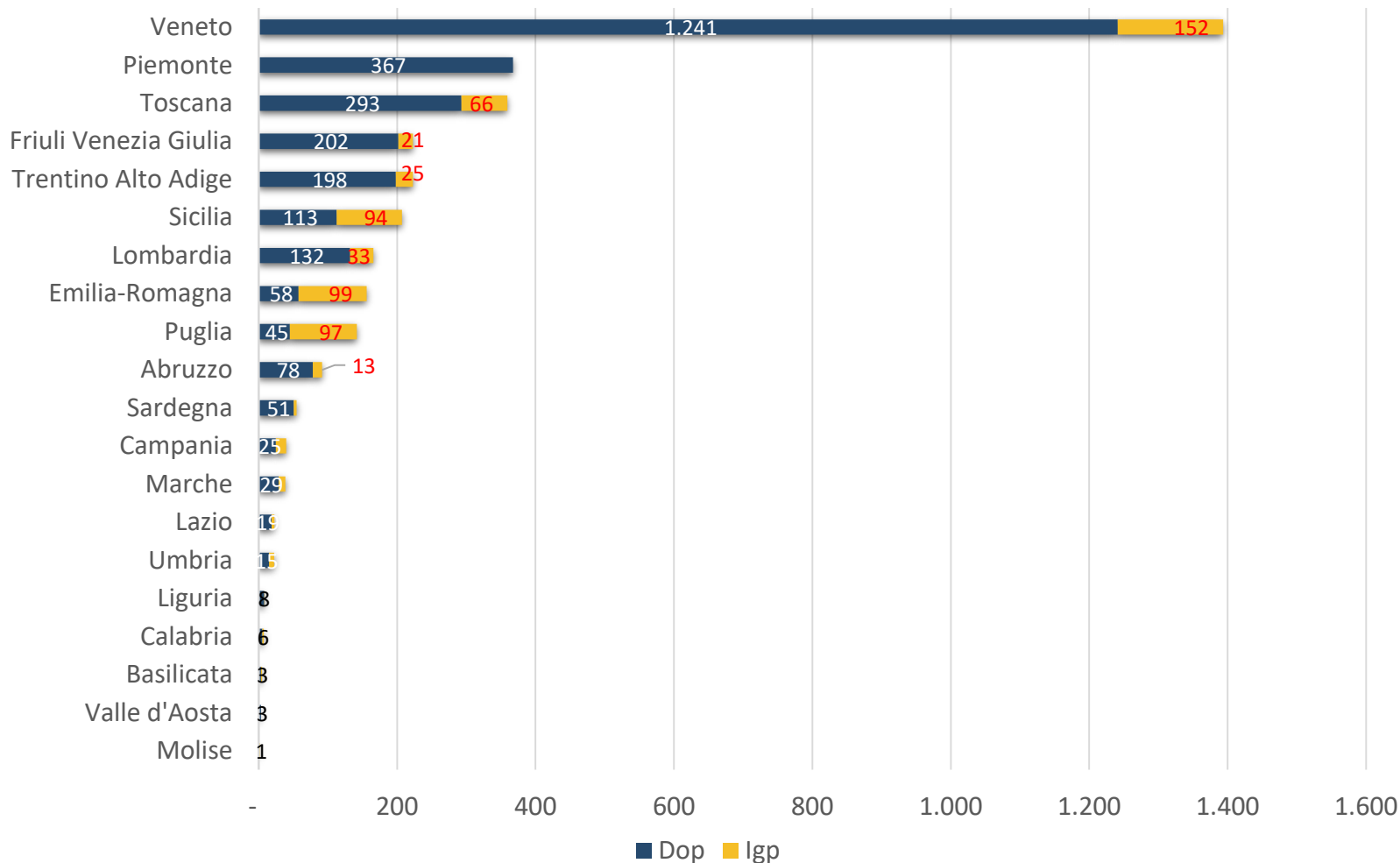
Il volume della produzione di vini Dop e Igp per regione 2018 (migliaia di ettolitri)



IL VALORE DELLE DOP E IGP PER REGIONE



Il valore della produzione di vini Dop e Igp per regione 2018 (milioni di euro)





4

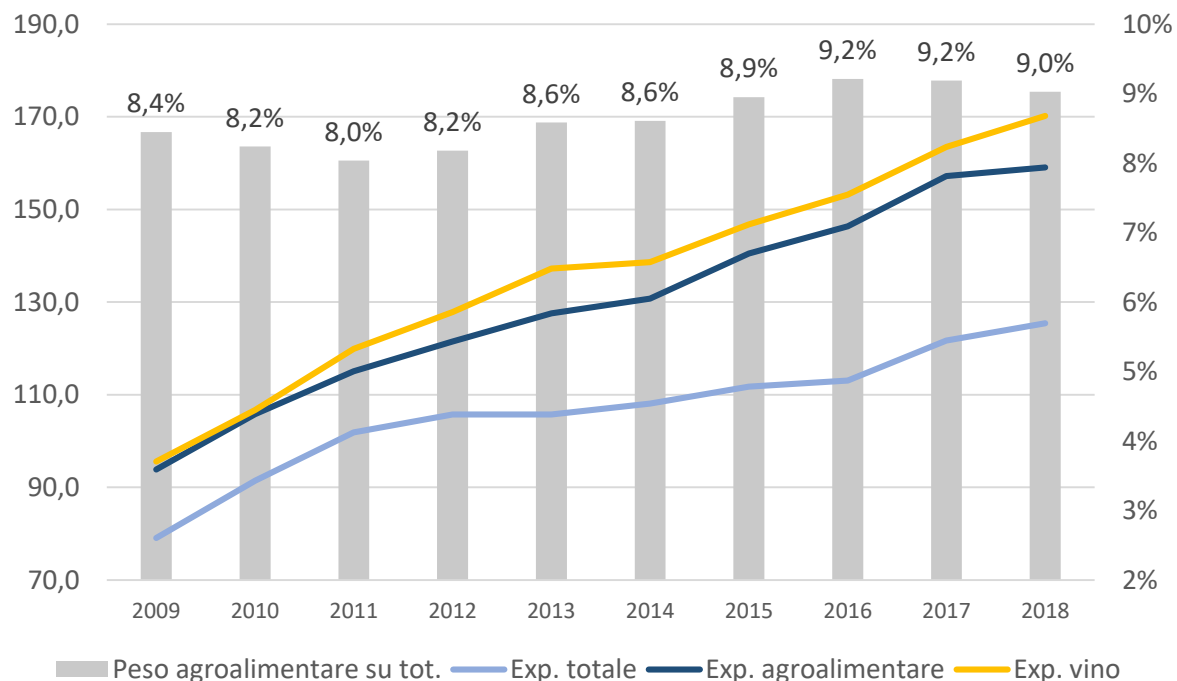
Il commercio estero dell'Italia



LE ESPORTAZIONI ITALIANE



Le esportazioni totali italiane, agroalimentari e vino
(indice 2008=100 e quota %)



Fonte: Ismea su dati Istat

- ✓ Le esportazioni di vino sono passate da **3,6 a 6,2 miliardi di euro. 41,7 miliardi euro** il valore totale dell'agroalimentare
- ✓ **+76% la crescita** del valore dell'export del vino dal 2009 al 2018
- ✓ **15%** la quota di export del vino sul totale agroalimentare.
- ✓ **9%** la quota dell'agroalimentare sull'export totale italiano.



LA BILANCIA COMMERCIALE ITALIANA



	Migliaia di ettolitri			Migliaia di euro		
	export	import	saldo	export	import	saldo
2009	19.519	1.461	18.058	3.511	252	3.259
2010	21.492	1.657	19.835	3.920	259	3.662
2011	23.238	2.412	20.826	4.405	298	4.107
2012	21.227	2.756	18.471	4.695	306	4.389
2013	20.254	2.692	17.562	5.041	322	4.719
2014	20.413	2.753	17.661	5.114	303	4.812
2015	20.078	2.779	17.299	5.392	325	5.066
2016	20.644	1.703	18.941	5.627	307	5.321
2017	21.477	2.076	19.401	6.005	320	5.685
2018	19.780	2.132	17.648	6.236	348	5.888
2019*	21.857	1.599	20.258	6.407	313	6.094
Var. 19/18	10,5%	-25,0%	14,8%	2,7%	-10,0%	3,5%

Fonte: ISMEA su dati Istat; *stima

L'Italia consolida il suo ruolo di secondo paese esportatore mondiale sia in volume che in valore.

Il 2019 ha segnato una decisa ripresa delle esportazioni in volume (+10%), a fronte di un ulteriore incremento del valore arrivato stimato 6,4 miliardi di euro (+2,7%).



LE ESPORTAZIONI ITALIANE



- ✓ **Nel 2019*:** 64% quota record del valore delle esportazioni delle DOP sul totale delle esportazioni di vino
- Dinamica dell'export è spinta soprattutto dagli spumanti;
- Crescita del valore unitario dell'export ha un'accelerazione inferiore alle attese;
- Squilibri territoriali si profilano ancora profondi



Le performance dei primi 11 mesi del 2019

- **Volumi** ↑ 10,5
- **Valore** ↑ +2,7



L'EXPORT ITALIANO DI VINO PER SEGMENTO



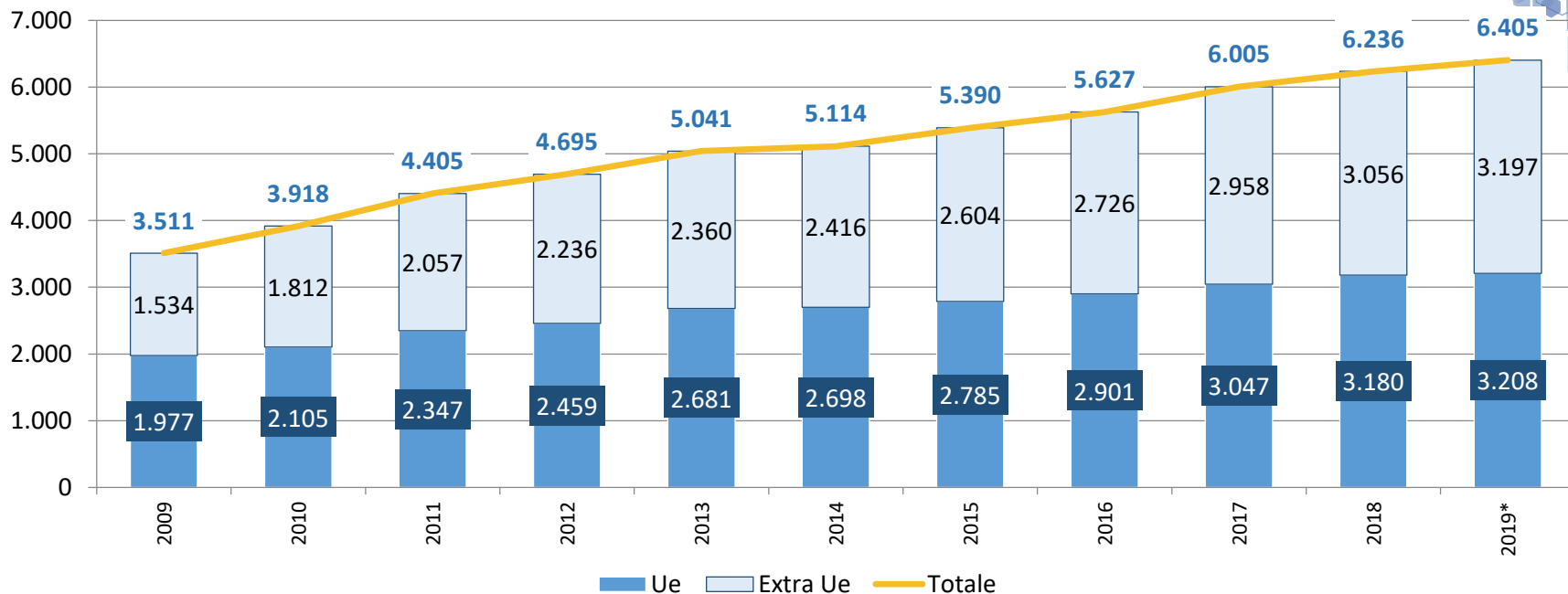
L'export per segmento nei primi 11 mesi 2019

	Ettolitri			Migliaia di euro		
	Gen-Nov 18	Gen-Nov 19	Var. %	Gen-Nov 18	Gen-Nov 19	Var. %
Dop	8.498.319	9.446.358	11,2	3.619.086	3.839.232	6,1
Fermi	5.067.516	5.770.420	13,9	2.239.372	2.410.721	7,7
Frizzanti	573.380	601.070	4,8	179.558	176.066	-1,9
Spumanti	2.857.423	3.074.868	7,6	1.200.156	1.252.445	4,4
Igp	4.890.325	4.690.392	-4,1	1.413.942	1.356.462	-4,1
Fermi	4.133.208	3.902.937	-5,6	1.243.874	1.187.927	-4,5
Frizzanti	666.644	698.319	4,8	146.597	144.283	-1,6
Spumanti	90.473	89.137	-1,5	23.471	24.252	3,3
Comuni	3.863.606	4.588.301	18,8	512.490	495.377	-3,3
Fermi	3.041.100	3.700.350	21,7	312.732	285.893	-8,6
Frizzanti	320.769	351.072	9,4	64.004	67.368	5,3
Spumanti	501.737	536.879	7,0	135.754	142.115	4,7
Varietali	518.210	992.836	91,6	111.589	131.241	17,6
Fermi	398.806	853.587	114,0	69.908	89.477	28,0
Frizzanti	7.957	15.574	95,7	2.836	4.411	55,5
Spumanti	111.447	123.676	11,0	38.845	37.353	-3,8
Altre Dop+Igp	74.063	61.948	-16,4	55.815	57.708	3,4
Mosti	274.091	238.726	-12,9	52.071	39.156	-24,8
Totale	18.118.613	20.018.561	10,5	5.764.992	5.919.176	2,7

Fonte: Ismea Sud Agrisudat



RIPARTIZIONE DELLE ESPORTAZIONI PER AREA GEOGRAFICA



Esportazioni italiane in valore prima e dopo l'introduzione della misura promozione (mln €)

	Media 2006-2010	Media 2014-2018	Var. %
Totale	3.574	5.668	58,6%
Ue	1.963	2.916	48,5%
Extra Ue	1.611	2.752	70,9%
<i>Stati Uniti</i>	801	1.325	65,4%
<i>Svizzera</i>	227	343	51,5%
<i>Canada</i>	205	309	50,9%
<i>Cina</i>	20	105	423,3%
<i>Russia</i>	66	94	42,3%

Facendo un confronto tra il periodo subito precedente all'entrata a regime della misura **Promozione dell'OCM** con gli ultimi cinque anni, si registra una performance superiore nei Paesi Extra Ue rispetto a quelli comunitari

ESPORTAZIONE ITALIANE DI VINO NEL COMPLESSO: PRINCIPALI CLIENTI



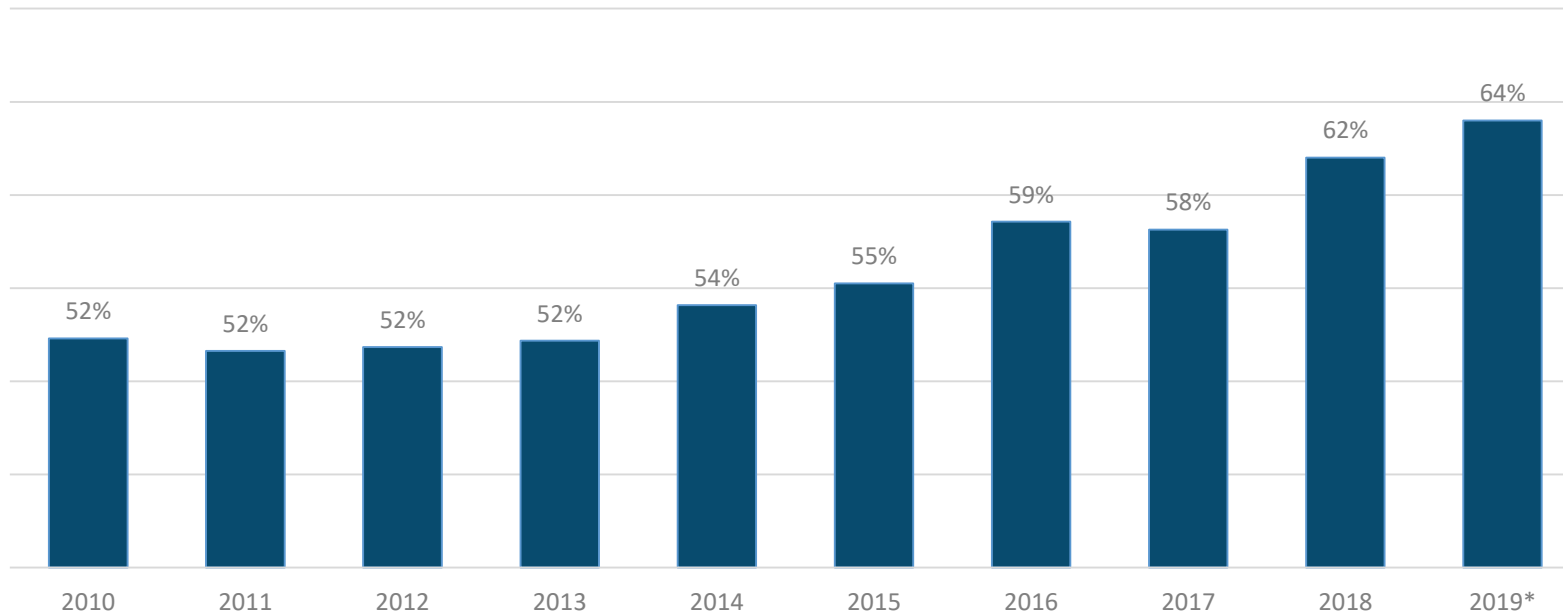
	Ettolitri			Migliaia di euro		
	Gen-Nov 2018	Gen-Nov 2019	Var.%	Gen-Nov 2018	Gen-Nov 2019	Var.%
UE	11.443.075	12.911.374	12,8%	2.941.807	2.967.835	0,9%
EXTRA-UE	6.675.538	7.107.187	6,5%	2.823.185	2.951.341	4,5%
Stati Uniti	3.138.816	3.195.802	1,8%	1.355.552	1.403.141	3,5%
Germania	4.635.628	5.588.541	20,6%	959.558	982.371	2,4%
Regno Unito	2.606.424	2.649.437	1,7%	750.525	716.487	-4,5%
Svizzera	653.504	671.811	2,8%	345.062	345.517	0,1%
Canada	713.033	723.579	1,5%	310.493	317.399	2,2%
Francia	782.948	900.618	15,0%	178.830	189.793	6,1%
Giappone	371.149	445.491	20,0%	147.498	168.779	14,4%
Svezia	495.157	465.108	-6,1%	165.865	166.226	0,2%
Paesi Bassi	399.868	454.831	13,7%	141.011	154.264	9,4%
Danimarca	353.008	351.767	-0,4%	136.884	130.772	-4,5%
Cina	304.122	343.150	12,8%	113.156	122.479	8,2%
Belgio	345.459	356.634	3,2%	124.470	121.442	-2,4%
Russia	381.056	486.038	27,6%	97.866	118.724	21,3%
Austria	353.862	438.194	23,8%	95.743	96.288	0,6%
Norvegia	215.366	217.956	1,2%	88.293	89.625	1,5%
Polonia	197.738	225.585	14,1%	59.278	66.949	12,9%
Australia	129.655	133.113	2,7%	58.261	58.800	0,9%
Repubblica ceca	201.716	253.328	25,6%	44.249	46.013	4,0%
Spagna	191.356	204.315	6,8%	42.426	40.983	-3,4%
Finlandia	90.171	94.862	5,2%	36.771	38.335	4,3%
Mondo	18.118.613	20.018.561	10,5%	5.764.992	5.919.176	2,7%



IL CONTRIBUTO DELLE DOP ALL'EXPORT



Peso delle DOP sul valore totale delle esportazioni



- ✓ **64%** quota record del valore delle esportazioni delle DOP sul totale delle esportazioni di vino
- ✓ Nel 2019 è rilevato un ulteriore aumento dopo un biennio di consolidamento grazie alle nuove DOP



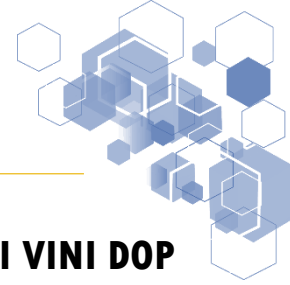


5

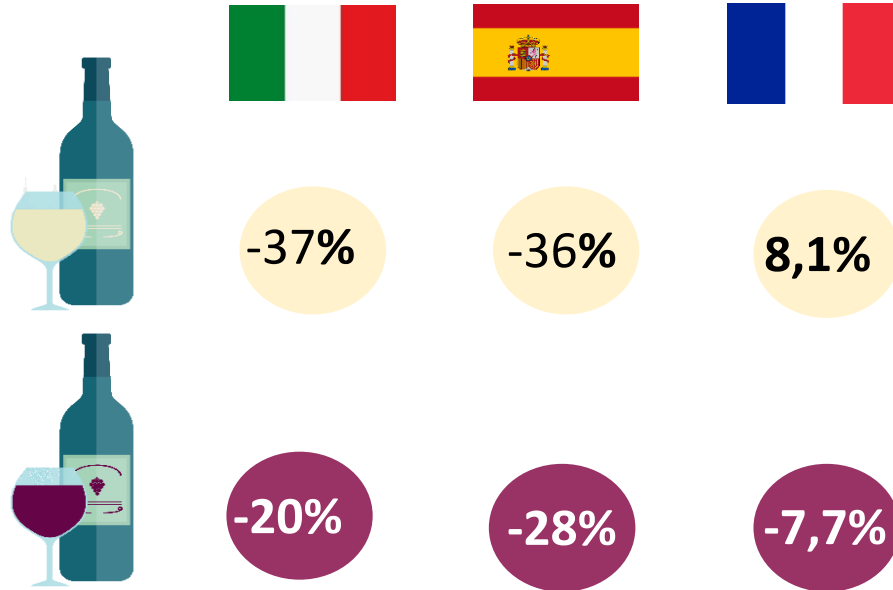
I Prezzi alla produzione



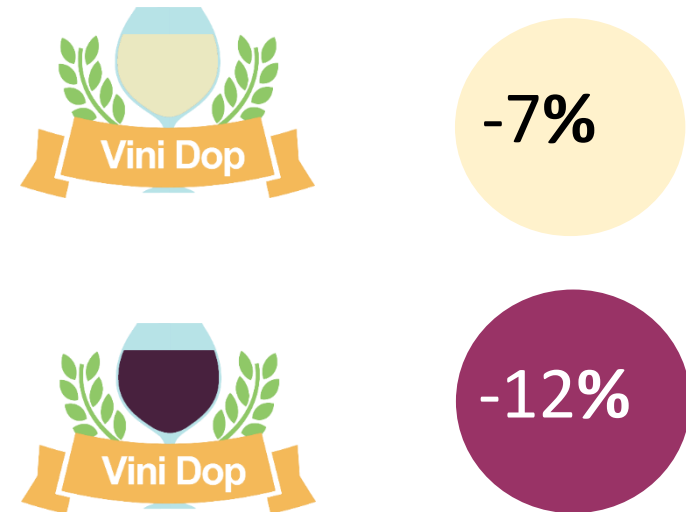
IL PUNTO SUL MERCATO: 2019 vs 2018



VARIAZIONE DEI PREZZI DEI VINI COMUNI 2019 A CONFRONTO PER PAESE E COLORE



VARIAZIONE DEI PREZZI DEI VINI DOP ITALIANI A CONFRONTO PER COLORE



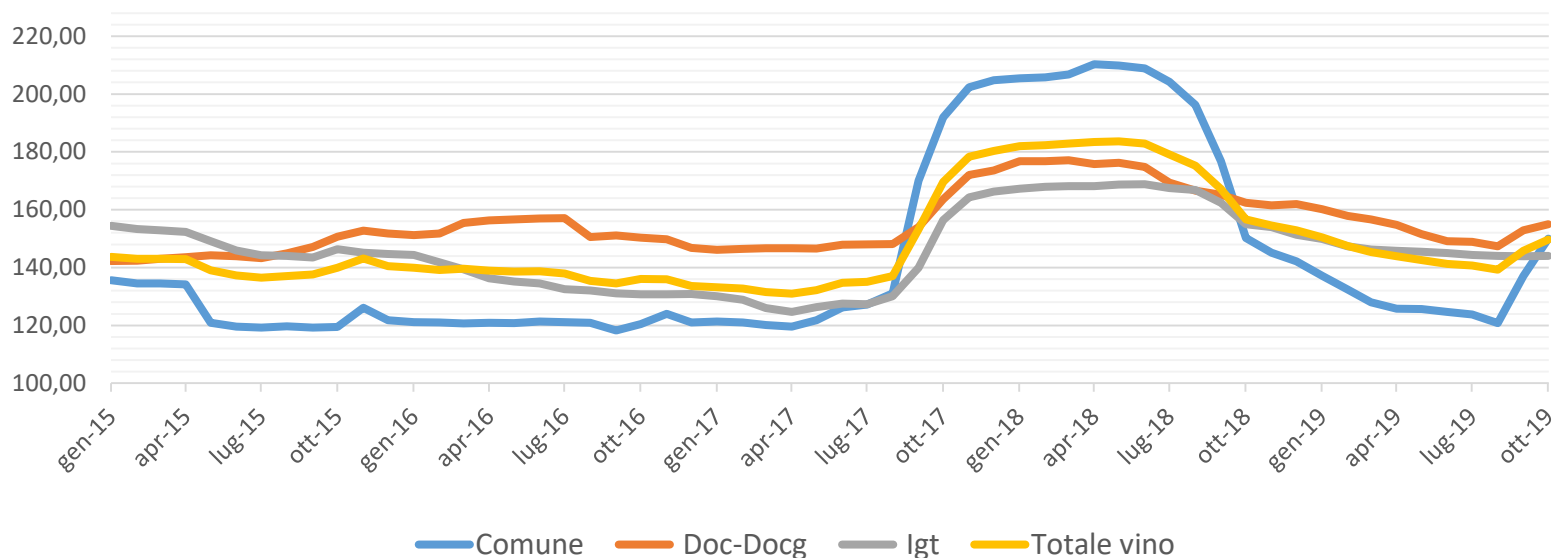
Il segmento delle Dop, grazie al plus della qualità e dell'origine italiana sui mercati internazionali, è riuscito a migliorare le sue performance commerciali.



I DIVERSI MERCATI DEL VINO



Indice dei prezzi dei vini per segmento qualitativo (2010=100)



E sempre più evidente che non si può parlare di «**un mercato del vino**» ma «**dei mercati del vino**»

I **vini comuni** subiscono la pressione dei Paesi competitor ed hanno una variabilità dei listini molto elevata, mentre i **vini DOP risultano** più stabili o quantomeno con una variabilità mediamente più bassa dei vini comuni.

All'interno de vini DOP, peraltro, ogni vino ha un mercato e un comportamento a sé.

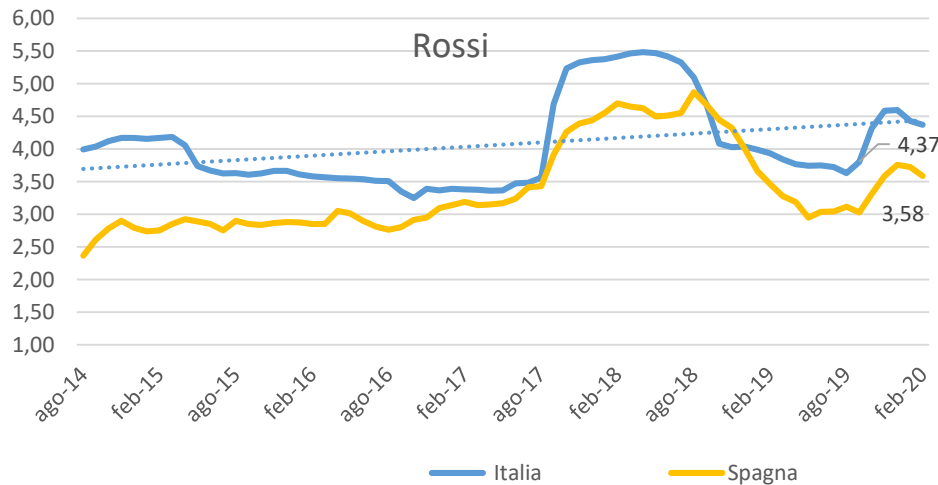
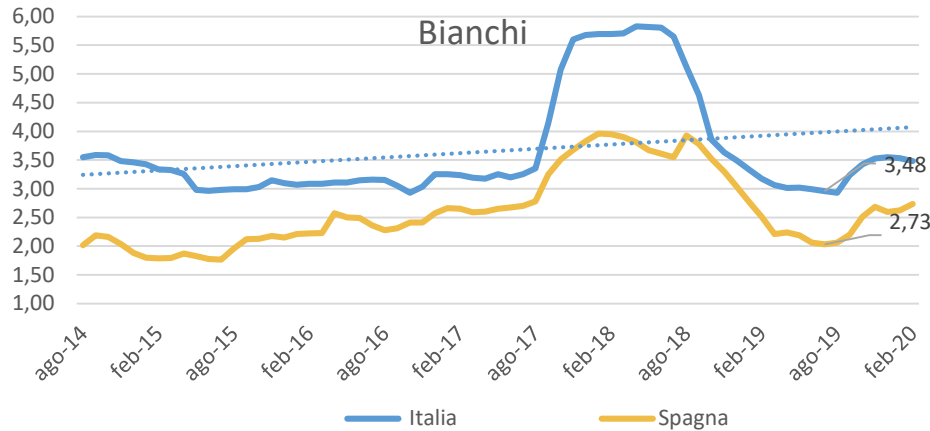
I vini IGT, di norma, hanno andamenti simili ai vini comuni ma con oscillazioni dei prezzi meno ampie



LA VARIABILITÀ DEI PREZZI DEI VINI COMUNI



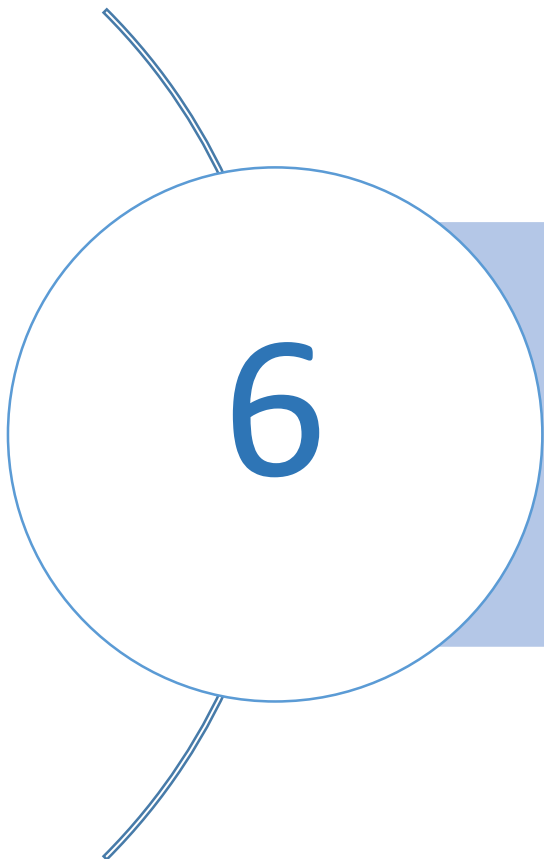
I prezzi alla produzione dei vini comuni (euro/ettogrado)



Prezzi alla produzione di vini comuni per campagna ago-feb €/ettogrado

	2018/2019	2019/20	Var. %
Italia			
Bianco	3,89	3,38	-13,1%
Rosso e rosato	4,26	4,25	-0,3%
Spagna			
Bianco	3,26	2,49	-23,8%
Rosso e rosato	4,21	3,44	-18,1%

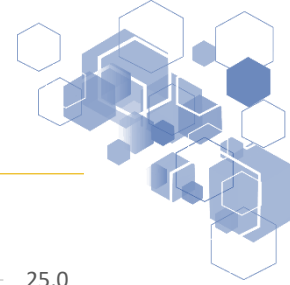
In una rappresentazione sicuramente fin troppo semplicistica si evidenzia come i **prezzi alla produzione non hanno le performance sperate** perché, di fatto, le disponibilità non calano in modo proporzionale alla produzione perché non c'è altrettanta dinamicità sul fronte della domanda sia interna che estera.



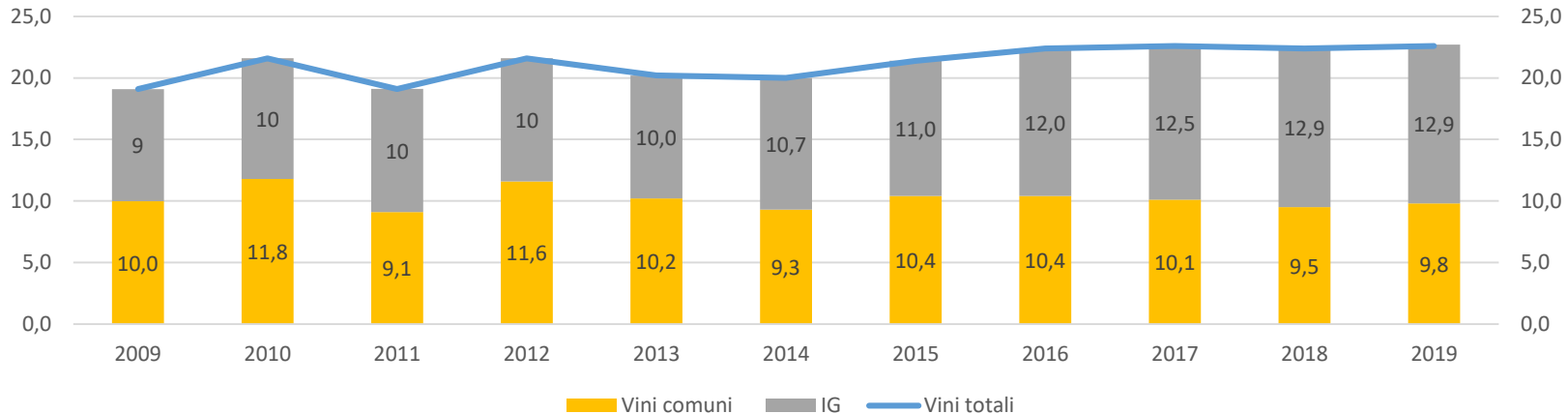
Il Consumo interno



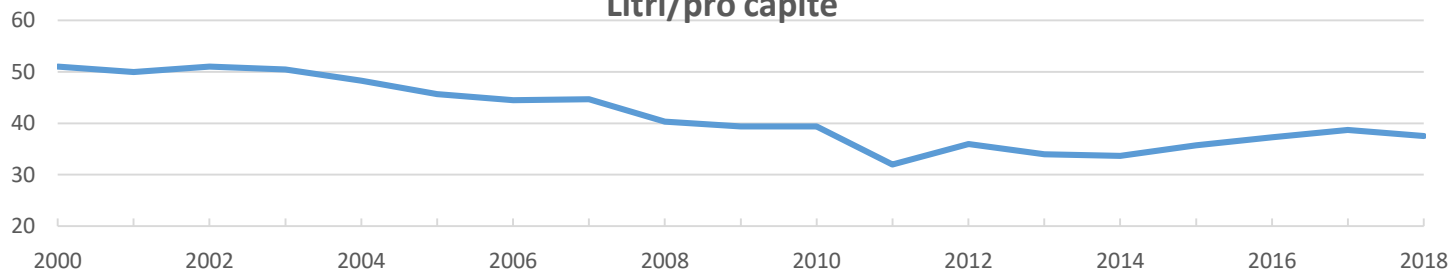
I CONSUMI TOTALI DI VINO IN ITALIA



Il consumo italiano per segmento di prodotto (mln hl)



Litri/pro capite



Fonte: Stima Ismea su Bilancio d'approvvigionamento. Per IG si intendono i vini effettivamente certificati

Il mercato nazionale, dopo una lunga fase di contrazione, è tornato a stabilizzarsi. Nel frattempo, però, sono mutati gli stili di vita e di consumo del vino portando a radicali cambiamenti nel paniere della domanda, sempre più orientata al segmento dei vini IG con un deciso ridimensionamento dei vini comuni che restano, pur sempre, una fetta importante del consumo, soprattutto nella fascia daily.





7

Il contesto internazionale e gli scenari futuri



IL RUOLO DELL'ITALIA NEL CONTESTO INTERNAZIONALE



L'Italia è da sempre uno dei principali player del settore vinicolo mondiale. Da qualche anno conferma la propria leadership produttiva, mentre sul fronte del commercio estero si posiziona seconda a valore, dietro la Francia, e seconda a volume dopo la Spagna.

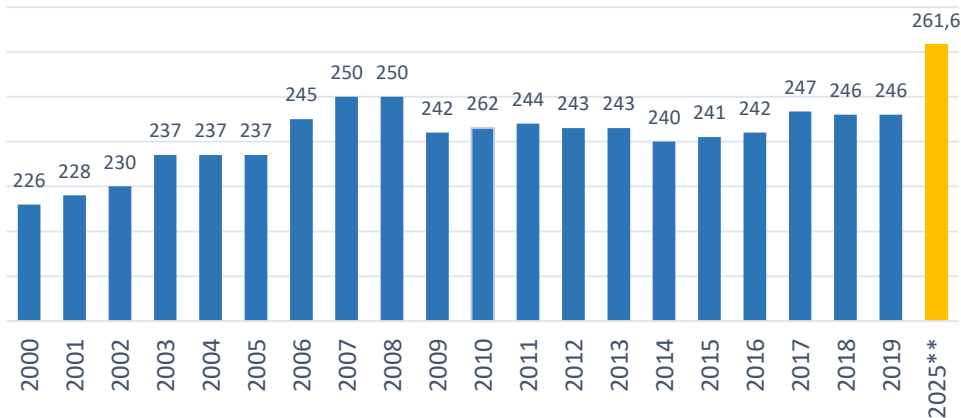
Il tendenziale calo dei consumi interni, parallelamente al deciso aumento della domanda statunitense ha fatto scivolare l'Italia al terzo posto tra i Paesi consumatori.



I CONSUMI MONDIALI



Milioni di ettolitri



➤ Le proiezioni al 2025 del consumo evidenziano invece modifiche delle quote dei singoli Paesi rispetto all'anno base abbastanza marcate.

➤ Francia e la Germania, mentre il Regno Unito supera leggermente l'Italia per collocarsi al quinto posto.

➤ Gli USA, la Francia e la Germania detengono i primi tre posti per il consumo di fine wine, ma il Canada supera di poco l'Italia al quarto posto, almeno in termini di valore.

➤ Anche per il vino commercial premium, la Cina rafforza il suo primato sopra gli USA, mentre il Regno Unito si trova allineato con la Germania per il terzo posto.

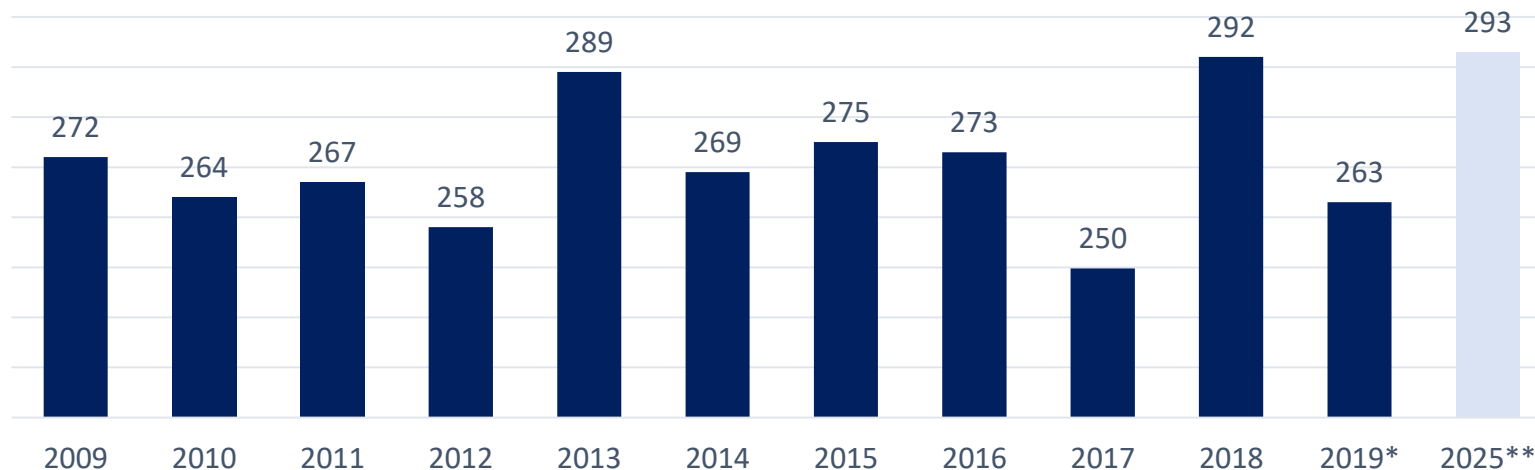
➤ Nell'Europa Occidentale e nei Paesi del Nuovo Mondo nell'emisfero Sud i fine wine sostituiranno in parte i vini più economici a sostanziale stabilità dei volumi. Importante il contributo alla crescita dei consumi dell'Africa (in particolare l'Africa Sub-sahariana) e dell'insieme dei mercati minori.



LA PRODUZIONE MONDIALE



Milioni di ettolitri



Fonte: Ismea su dati OIV; *Stima ottobre 2019; **Previsione: Ismea su Modello Anderson 2018, considerando anche produzione per utilizzo industriale

✓ **2019: -10%** sull'abbondante produzione 2018

- -14% UE
- -16% Italia
- -15% Francia
- -23% Spagna
- -1% Nuovo Mondo



Anche nel 2019 l'Italia si conferma il **primo produttore mondiale** di vino.

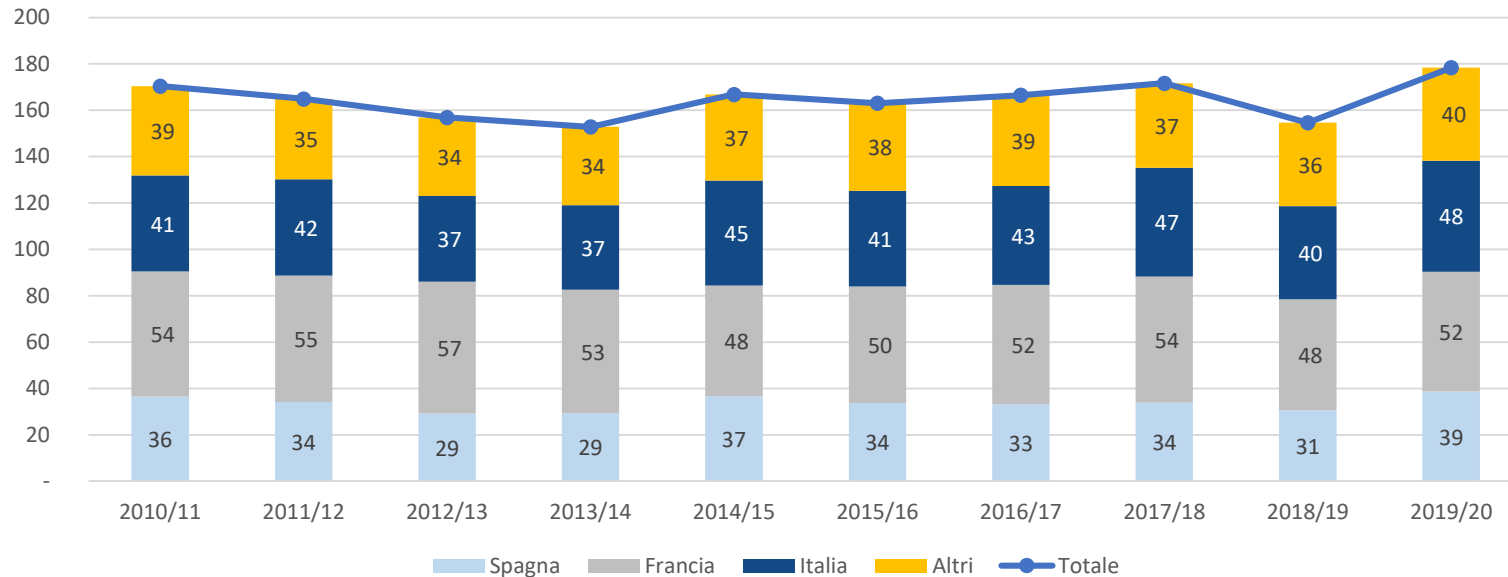
Ma la leadership non basta



DISPONIBILITÀ ASSICURATE DAGLI STOCK



Stock di inizio campagna nella Ue



Fonte: Ismea su dati OIV; *Stima ottobre 2019; **Previsione: Ismea su Modello Anderson 2018, considerando anche produzione per utilizzo industriale

✓ 2019/2020: 178 milioni di ettolitri nella UE

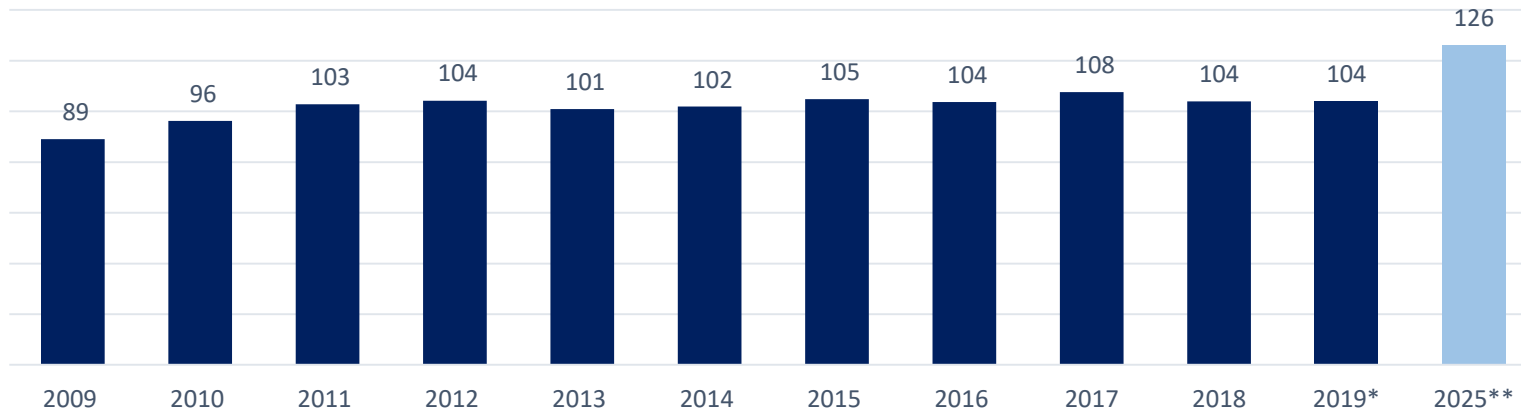
- +15,3% UE
- 19,4% Italia
- +7,6% Francia
- +26,8% Spagna



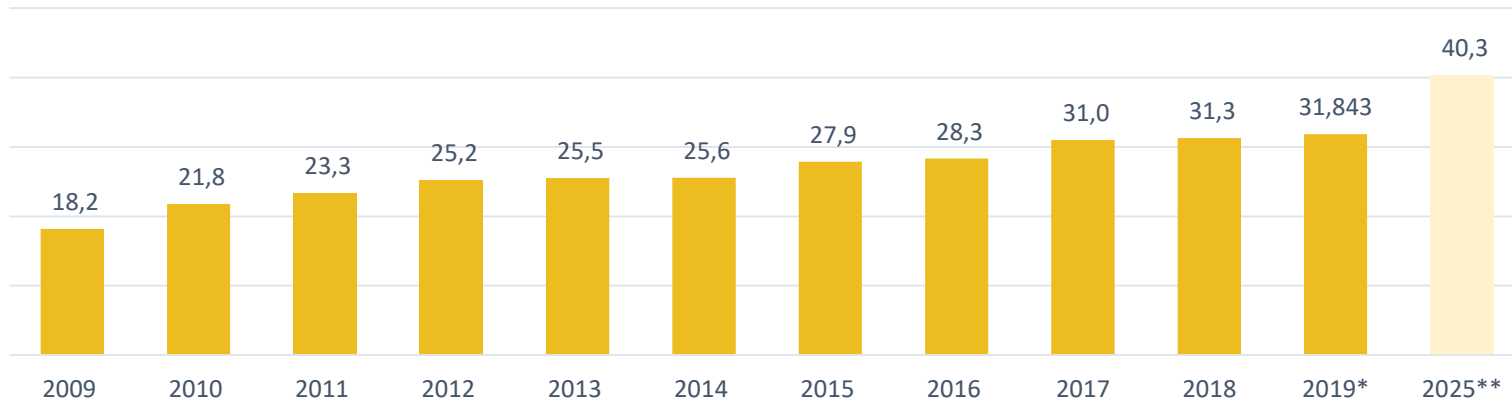
GLI SCAMBI MONDIALI DI VINO



Esportazioni mondiali di vino (mln hl)



Esportazioni mondiali di vino (mld €)



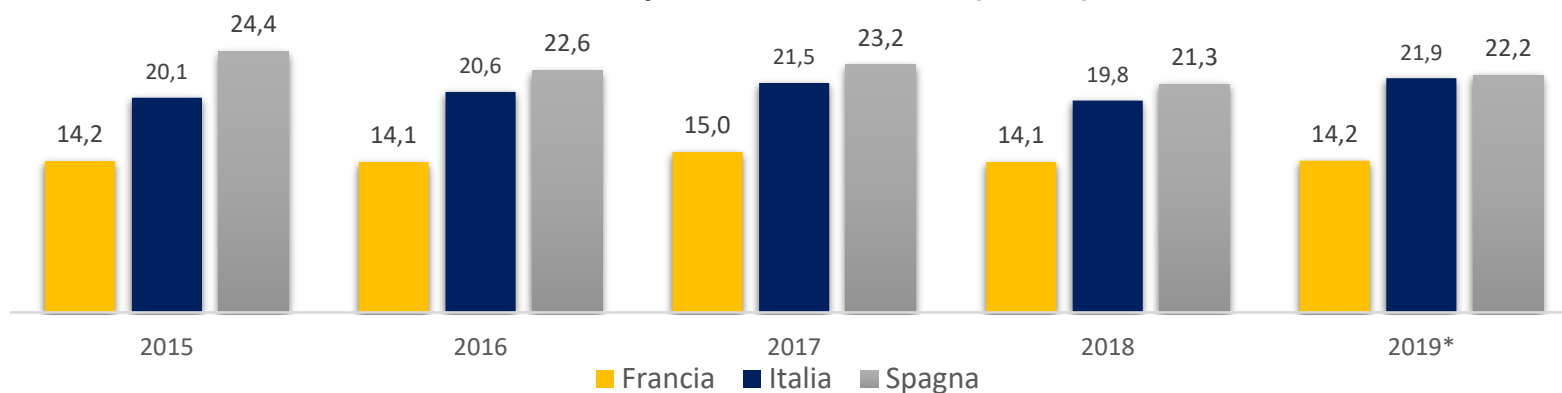
Fonte: Ismea su dati OIV; *Stima; **previsione: Ismea su Modello Anderson, 2018



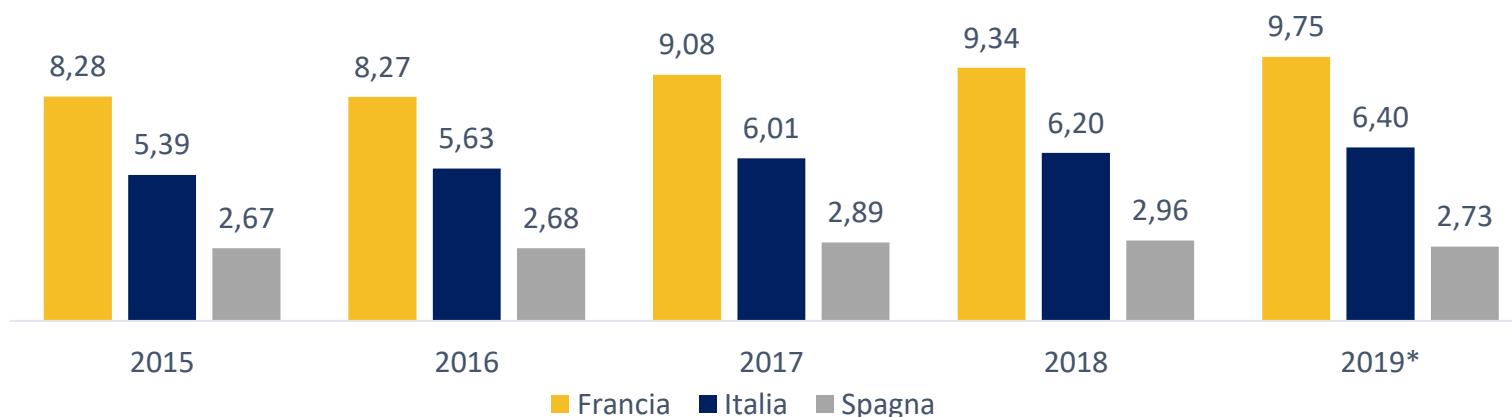
L'EXPORT DEI PRINCIPALI COMPETITOR MONDIALI



Italia e Francia: Esportazioni in volume (mln hl)



Italia e Francia: Esportazioni in valore (mld di euro)



Nel 2019 la Francia ha superato i 9,7 miliardi di ettolitri mettendo a segno una progressione del 4%. **L'Italia** ha sfiorato i 6,5 (+2,7%), mentre la Spagna è restata sotto la soglia dei 3 miliardi di euro (-7%). In volume bene l'Italia (+10,5%) e la Spagna (+4,1), mentre è stabile la Francia

LO SCENARIO AL 2025: IL PANIERE DELL' OFFERTA



Secondo il modello sviluppato da Anderson (Università di Adelaide, Australia):

- **Il volume di produzione (e consumo)** secondo il modello cresce in 11 anni del 9%;
- **Sostanzialmente invariate** le quote dei vari Paesi sulla produzione globale di vino; fa eccezione la **Cina** perché si ipotizza un'espansione dei vigneti più rapida che altrove.
- Cambia il **paniere dell'offerta mondiale**
 - a. -6% per quanto riguarda il volume del vino **non premium**;
 - b. +20% i vini **commercial premium e fine**. In termini di valore si registrano alcune variazioni più marcate.
 - c. Il valore della produzione e il consumo: +50%
 - d. -5% non premium
 - e. +50% e +60% per i commercial premium e fine wine
- **Francia e USA** conservano i due posti più alti nella classifica globale della produzione dei **fine wine**
- **Spagna e Italia** si posizionano ai primi due posti per i vini **non-premium**
- **Italia** detiene le quote maggiori in valore e volume dei **commercial premium**; secondo e terzo posto sono occupati da Cina e Francia, con la Cina seconda in valore e terza in volume (nell'ipotesi che in questo Paese si determini una crescita della quota dei vini non-premium e commercial premium sulla propria produzione più rapida che negli altri Paesi)

LA SEGMENTAZIONE DELLA CRESCITA



VOLUME E VALORE DELLA PRODUZIONE E DELLE ESPORTAZIONI MONDIALI DI VINO: DATI 2014 E PROIEZIONI AL 2025

	Volumi(milioni hl)			Valori (miliardi \$*)		
	2014	2025	Δ%	2014	2025	Var. %
Produzione*						
Non premium	94,0	88,0	-6%	10,1	9,6	-5%
Commercial premium	99,0	118,0	19%	26,2	42,3	61%
Fine wine	56,0	66,0	18%	39,2	62,3	59%
Totale	249,0	273,0	10%	75,6	114,3	51%
Esportazione						
Non premium	42,0	40,0	-5%	4,4	4,5	2%
Commercial premium	46,0	56,0	22%	11,6	18,8	62%
Fine wine	24,0	30,0	25%	17,2	28,8	67%
Totale	111,0	126,0	14%	33,1	52,1	57%

*Il modello non tiene in considerazione la quota di produzione destinata all'industria

Fonte: Elaborazioni RRN/ISMEA su dati Anderson et al. 2011 e 2017



ALCUNI SCENARI POSSIBILI



COSA CAMBIA NELLO SCACCHIERE DEL COMMERCIO E DEL CONSUMO MONDIALE

SCAMBI INTERNAZIONALI

Sul fronte export:

- **Francia** e **Italia** accrescono le quote, già predominanti, nelle esportazioni di fine wine.
- **Italia** consolida il primato, davanti alla Francia nella categoria dei **commercial premium**;
- **Spagna** consolida primato, davanti a Italia, l'Australia e il Cile, nei vini non premium.

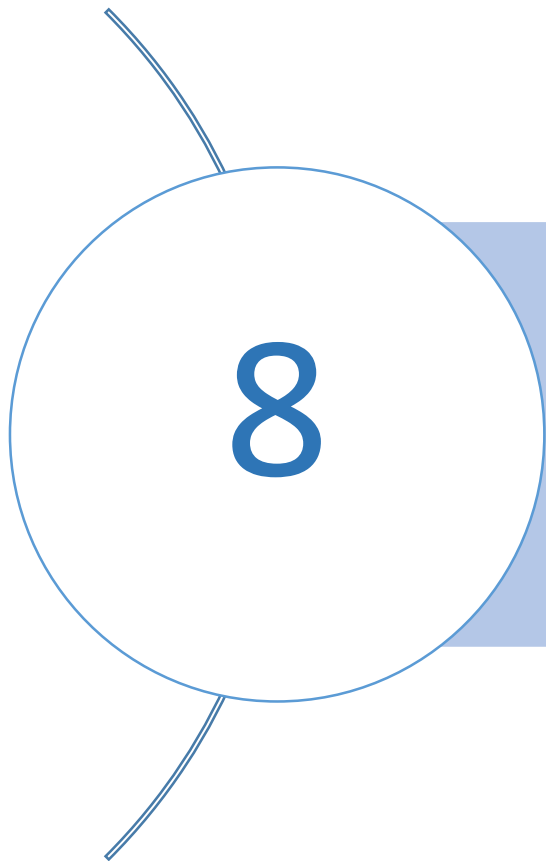
Sul fronte import:

- **Fine:** USA si confermano come il principale importatore di fine wine sia nel 2014 che nel 2025; ma le posizioni successive in termini di valore mutano: da Canada, Germania e Regno Unito nel 2014 a Regno Unito, Canada e Germania nel 2025.
- **Commercial premium**, dove il Regno Unito è l'importatore dominante, la Cina, raggiunge la seconda posizione seguita nell'ordine da USA e Germania.
- **Non premium**, nel 2014 la Germania era al primo posto seguita dalla Francia in termini di volume e dal Regno Unito in termini di valore. Nel 2025, tuttavia, il Regno Unito dovrebbe rimpiazzare la Germania al primo posto in termini di valore; questo però solo se la Brexit non avrà effetti significativi.

IL CONSUMO

- Le proiezioni al 2025 del consumo evidenziano invece modifiche delle quote dei singoli Paesi rispetto all'anno base abbastanza marcate.
- **Cina** raggiunge il **II posto** dopo gli USA e davanti alla Francia e la Germania, mentre il Regno Unito supera leggermente l'Italia per collocarsi al quinto posto.
- Gli **USA**, la **Francia** e la **Germania** detengono i primi tre posti per il consumo di fine wine, ma il Canada supera di poco l'Italia al quarto posto, almeno in termini di valore.
- Anche per il vino commercial premium, la Cina rafforza il suo primato sopra gli USA, mentre il Regno Unito si trova allineato con la Germania per il terzo posto.
- Nell'Europa Occidentale e nei Paesi del Nuovo Mondo nell'emisfero Sud i **fine wine** sostituiranno in parte i vini più economici a sostanziale stabilità dei volumi. Importante il contributo alla crescita dei consumi dell'Africa (in particolare l'Africa Sub-sahariana) e dell'insieme dei mercati minori.





I dati dell'OCM vino

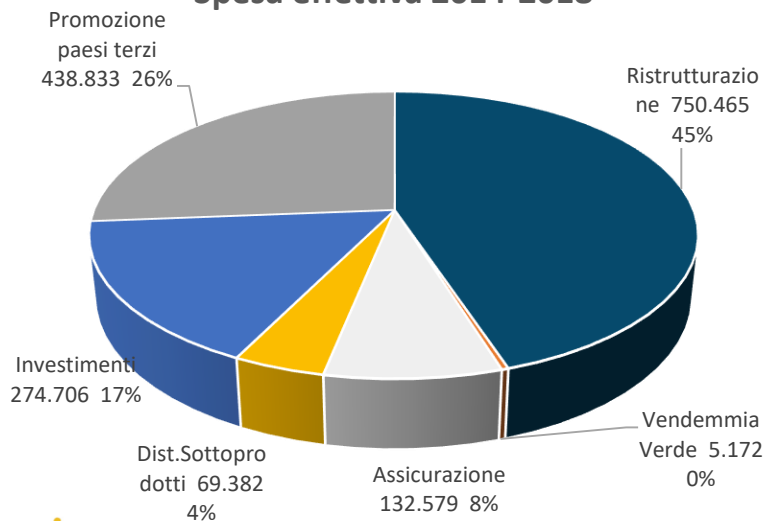


LA SPESA OCM VINO PER MISURA (MIGLIAIA DI EURO)

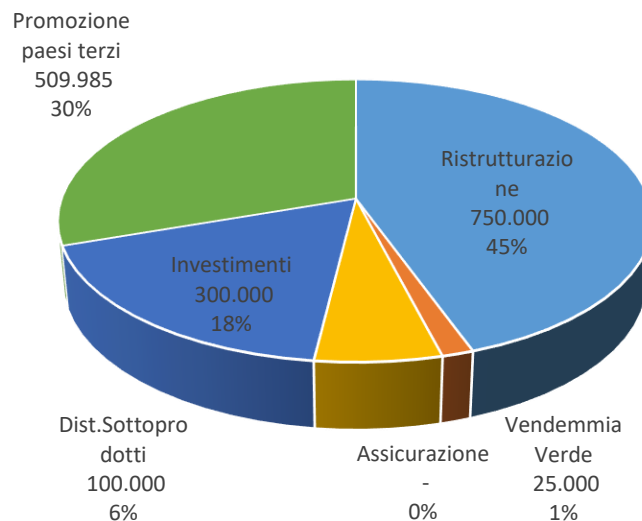


	Ristrutturazio ne	Vendemmia Verde	Assicurazione	Dist.Sottopro dotti	Investimenti	Promozione paesi terzi	Totale
2014	161.285	863	30.307	11.031	51.449	81.999	336.935
2015	164.066	904	20.011	12.032	47.610	92.058	336.680
2016	159.259	1.394	20.000	16.519	45.330	94.176	336.677
2017	146.459	1.194	26.437	17.928	62.818	82.116	336.952
2018	119.395	817	35.824	11.872	67.499	88.484	323.892
Totale speso 2014-2018	750.465	5.172	132.579	69.382	274.706	438.833	1.671.136

Spesa effettiva 2014-2018



Spesa programmata 2019-2023

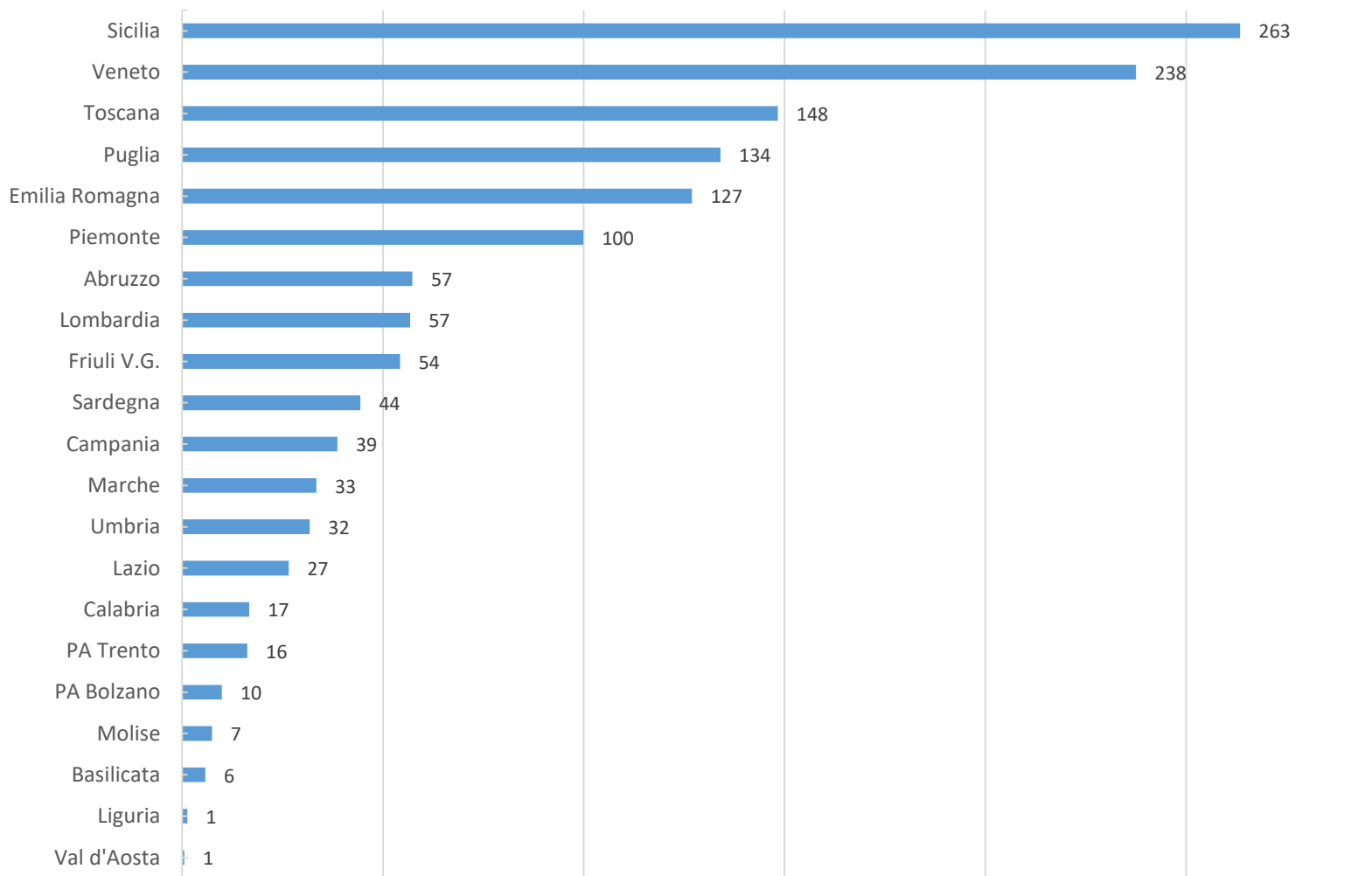


Fonte: Ismea su dati Agea e Mipaaf

LA SPESA OCM VINO PER REGIONE – MEDIA 2014-2018

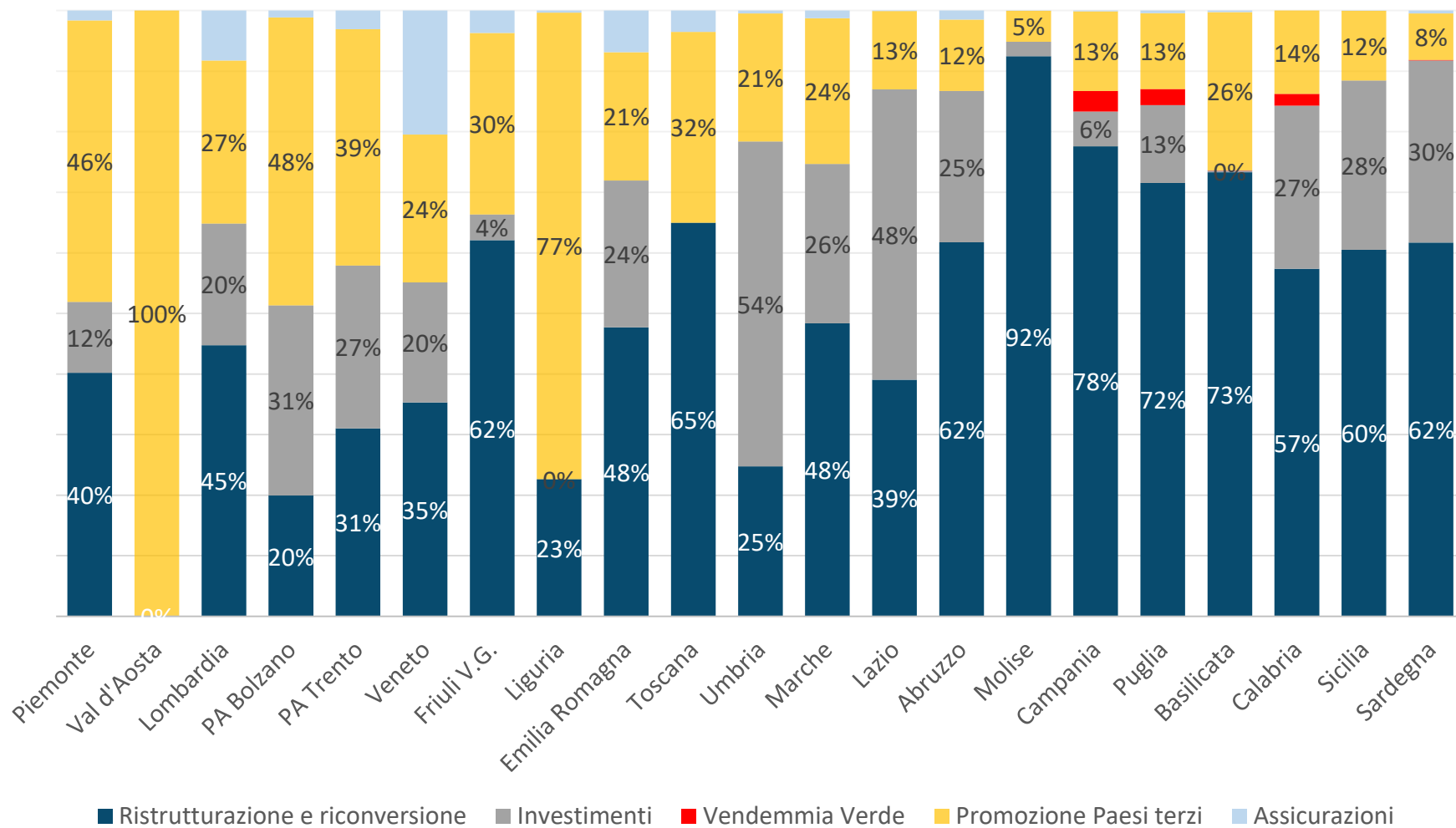
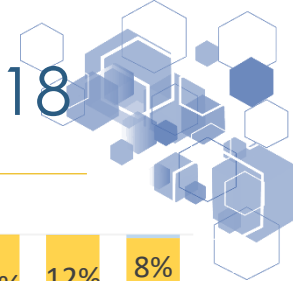


Milioni di euro



Fonte: Ismea su dati Agea e Mipaaft

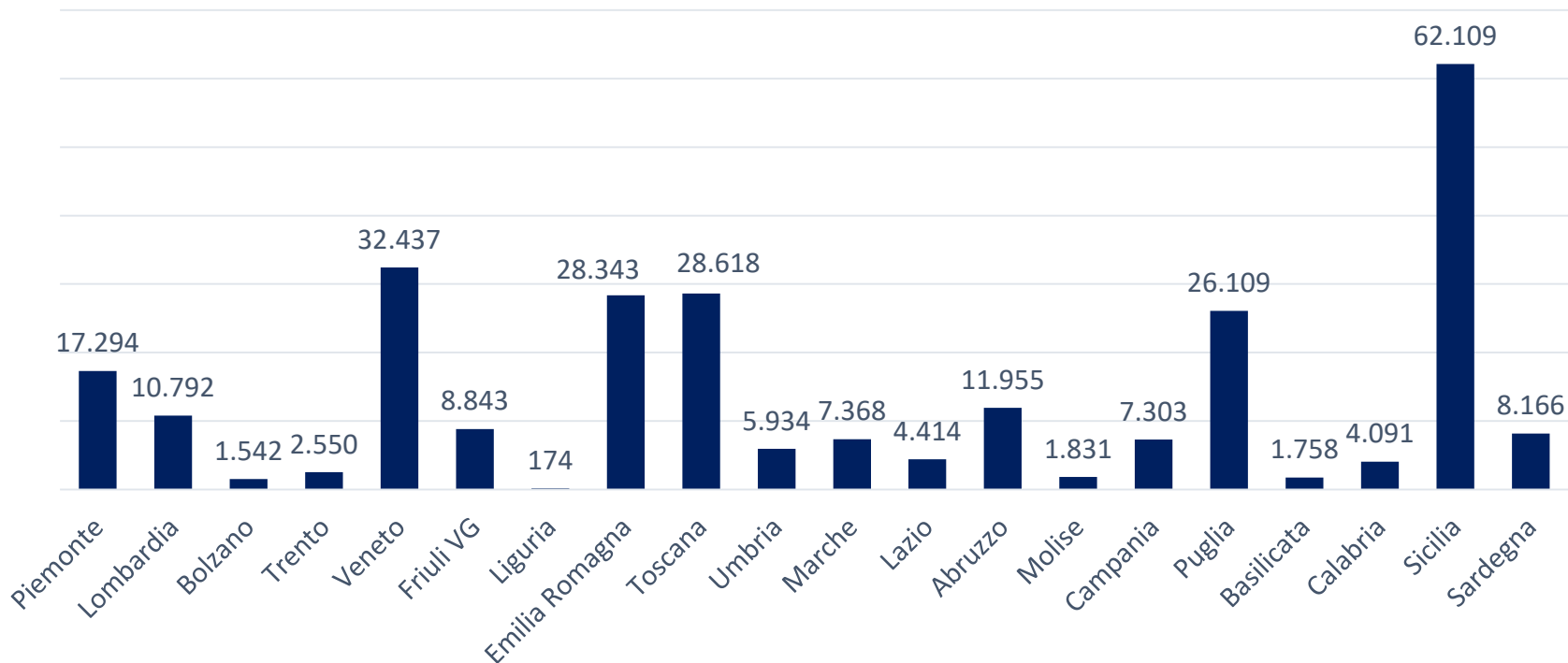
LA SPESA DELLE REGIONI PER MISURA – MEDIA 2014-2018



LA MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE



IN 19 ANNI DI ATTIVAZIONE DELLA MISURA SONO STATI RISTRUTTURATI IN ITALIA 271 MILA ETTARI, PARI AL 41% DELLA SUPERFICIE ATTUALMENTE A INVENTARIO



Fonte: Ismea su dati Agea e Mipaaf





9

Analisi Swot



LO SCENARIO COMPETITIVO



- ✓ **Il settore del vino** (il *Made in Italy* in generale) **non ha risentito della crisi economica**. Le battute d'arresto del mercato interno sono state compensate dalle *performace* positive sui mercati mondiali anche se c'è necessità di guardare ancora anche alla domanda interna. La leadership mondiale nel segmento dei commercial premium, che in previsione aumenteranno la quota di mercato, è una grande occasione per il vino italiano.
- ✓ La globalizzazione non ha significato **l'appiattimento o la normalizzazione** del gusto a livello mondiale ma ha prodotto un'ulteriore segmentazione della domanda.
- ✓ **Il bacino di domanda di prodotti di eccellenza** è molto ampio e tendenzialmente in crescita anche se con dinamiche molto differenti tra i diversi prodotti e questo apre nuovi paradigmi di successo.
- ✓ In pochi anni è previsto ci siano 212 milioni di «nuovi ricchi», la metà di essi risiederà nei principali centri urbani di Cina e India ma la classe benestante si sta ampliando anche in paesi più vicini come la Polonia. **Per Il vino italiano è una grande opportunità da cogliere.**



I PUNTI DI FORZA



- ✓ L'Italia del vino è vincente per la diversità, dalla vigna alla bottiglia
- ✓ La qualità ed il legame con territori unici;
- ✓ Grande è l'appeal del made in Italy, della cultura e del patrimonio del Belpaese.
- ✓ Le DO italiane costituiscono una garanzia di qualità altamente controllata;
- ✓ Il Testo Unico del Vino semplifica gli adempimenti a carico delle aziende italiane, migliorandone la competitività;
- ✓ La legislazione comunitaria è sempre più orientata a promozione e investimenti che le aziende italiane sono in grado di far fruttare. Il 26% delle risorse del PNS sono per la promozione ed il 15% per gli investimenti;
- ✓ Anche la UE stringe accordi con paesi Terzi per migliorare le opportunità di business (accordo CETA con il Canada e altri in corso di definizione);
- ✓ L'Italia ha consolidate posizioni di vertice nei principali mercati internazionali;
- ✓ L'export italiano registra un trend crescente a valore e volumi sempre più spostati verso le produzioni di qualità.



I PUNTI DI DEBOLEZZA



- ✓ Elevata frammentazione degli operatori
- ✓ Incapacità degli stessi di “fare sistema” (logistica, ecc.)
- ✓ Scarse alleanze produttive e commerciali con aziende estere
- ✓ Mancanza di brand riconosciuti a livello internazionale
- ✓ Difficoltà a volte nell’utilizzo dei fondi OCM;
- ✓ Insufficiente coordinamento strategico ed istituzionale delle misure di promozione e internazionalizzazione di settore;
- ✓ I nuovi paesi produttori non stanno a guardare e intensificano gli accordi commerciali per il libero scambio (Trans Pacific Partnership tra 12 paesi dell’area, Free Trade Agreement tra Australia e Cina, gli accordi Cile-Cina e quello Cile-Brasile etc.);
- ✓ Difficoltà della UE a concludere accordi di libero scambio;
- ✓ Posizionamento dei vini italiani all’estero non sempre adeguato (eccessiva competizione sul prezzo);
- ✓ Difficoltà a comunicare efficacemente la grande diversità e varietà del vino Italiano (vitigni, territori, denominazioni);
- ✓ Crescita dell’export italiano molto legata al fenomeno Prosecco, mentre uno sviluppo più intenso delle esportazioni avrebbe bisogno di più “protagonisti”.





La scelta del Paese a cui orientarsi deve considerare ovviamente i trend di consumo in atto. Tra quelli maggiormente trasversali rientrano:

- ✓ Cambiamento generazionale nei consumatori
- ✓ Ricerca di alimenti sani e autentici
- ✓ Maggiore attenzione alla sostenibilità etica e ambientale
- ✓ Cambiamenti climatici che avranno un impatto sulle scelte varietali del vigneto
- ✓ Ricerca di canali distributivi alternativi (commercio elettronico) e della filiera corta
- ✓ Ricerca di packaging non convenzionale
- ✓ Diffusione della cultura alimentare e del valore della tipicità
- ✓ Incertezza legata alla congiuntura geopolitica quali le condizioni della Brexit, le politiche neoprotezionistiche degli Usa e il tasso di crescita della Cina



IPOTESI DI STRATEGIE



Attualmente **il baricentro dell'offerta vitivinicola italiana** si trova nei vini di fascia media (**commercial premium**), ma in un Paese viticolo vasto e differenziato come l'Italia tutti e tre i modelli vitivinicoli hanno ragione di essere. In questa prospettiva si dovrà comunque tenere conto che la crescita del mercato dei vini di maggiore pregio benché percentualmente importante coinvolgerà volumi di prodotto relativamente contenuti.

È necessaria quindi una riflessione separata sui diversi modelli produttivi, schematicamente riferibili ai vini *non-premium*, *commercial premium* e *super premium* o *fine wine*, con i seguenti obiettivi:

- favorire, in una **prospettiva di piena sostenibilità**, lo sviluppo di innovazioni (anche genetiche), tecnologie, modelli organizzativi e competenze specifiche per i diversi modelli produttivi;
- comprendere **quali modelli produttivi** possono essere più idonei, singolarmente o in combinazione, per ridare senso economico alla vite da vino nelle aree oggi in crisi e creare più valore in quelle più vitali.



..VERSO UNA STRATEGIA MULTIRUOLO



- Date previsioni su struttura mercato nel medio termine
- Possibile ridare senso a tutto il potenziale esistente e alle altre risorse presenti nel settore
- Favorendo **crescita equilibrata offerta verso** tutti i segmenti di mercato
- Stimolando il perfezionamento di filiere ottimizzate per la relazione con i diversi segmenti:

- **Filiera dei vini alto/altissimo prezzo**
- **Filiera vini prezzo medio**
- **Filiera vini economici**



Tutti di alta qualità!!!



QUALI GLI STRUMENTI PER LA STRATEGIA



La riflessione “per modello produttivo” potrà muovere dall'analisi dei modelli di eccellenza esistenti, individuando le azioni aziendali o territoriali necessarie per rimuovere gli eventuali ostacoli, che potrebbero dipendere anche dal cambiamento climatico e non solo dalle relazioni di mercato. La valorizzazione dei diversi modelli viticoli richiederà lo sviluppo di strategie differenziate sia sul piano delle tecniche colturali e di trasformazione che su quello delle strategie di marketing.

Modello vitivinicolo	Elementi caratterizzanti da ottimizzare
Vini di alto/altissimo prezzo	Autenticità: enologia varietale/territoriale
	Accesso canali distributivi elitari
	allure / cult branding
	Filiera integrata
Vini di prezzo medio	Cool branding
	Logistica
	Capacità di relazione con grandi buyer quali: <ul style="list-style-type: none">- Buyer Gdo per prodotti a marchio- Grandi imbottigliatori- Mercato internazionale del vino sfuso di Amsterdam
	Grandi piattaforme di imbottigliamento multilinea
Vini economici	Ottimizzazione costi
	Qualità totale
	Smart branding
	Stretta integrazione di filiera



PRONTI ALLA PROVA DELLA NUOVA PAC



La nuova PAC che prenderà forma a partire nei prossimi affiderà più libertà e responsabilità agli Stati Membri.

È urgente quindi sviluppare un'idea organica ma articolata del settore vitivinicolo italiano dei prossimi 10 anni, nella quale i diversi modelli vitivinicoli contribuiscono, dove appropriato, alla valorizzazione delle risorse umane e fisiche esistenti.

Si potranno predisporre strategie di sostegno efficaci – di natura regolamentare e di spesa – mirate a cogliere le opportunità dei diversi territori, sostenendo in modo adeguato alle circostanze i diversi modelli produttivi.





Tiziana Sarnari
t.sarnari@isma.it

0685568555

