



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

VII Edizione

SUMMER SCHOOL SANGUIS JOVIS

ANNATA 2034: COSA BERREMO?

Scenari reali per futuri possibili

LE SFIDE AL VINO FRA AMBIENTE, SOCIETÀ E MERCATI

Marco Montanaro
Direttore Generale Federvini



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

1 – Il ruolo del vino e delle filiere Federvini nel sistema socioeconomico nazionale

2 – Il posizionamento competitivo del vino italiano nel mercato mondiale

3 – Sfide future e prospettive



IL VINO RAPPRESENTA UN SETTORE STRATEGICO PER IL PAESE E LA FILIERA AGROALIMENTARE NAZIONALE

NUMERI CHIAVE DELLA FILIERA VITIVINICOLA E INCIDENZA SU F&B ITALIANO (2022)

IMPRESE

38.000

Imprese di
trasformazione
Fase agricola*+industriale

DI CUI **1.701**

Imprese a carattere
industriale

**Nella fase primaria della filiera operano
inoltre anche 241 mila imprese viticole*

FATTURATO

16,0 mld €

9%

Peso su F&B



EXPORT

8,1 mld €

16%

Peso su F&B



OCCUPATI

73.903

16%

Peso su F&B



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat, AGEA, Consorzio di Tutela dell'ABM e AIDA Bureau Van Dijk



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

IL VINO ITALIANO È APPREZZATO DAI CONSUMATORI DI TUTTI I CONTINENTI ED È AMBASCIATORE DEL MADE IN ITALY NEL MONDO

DISTRIBUZIONE EXPORT ITALIANO DI VINO

% SU VALORI 2023 EURO

VALORE EXPORT 2023

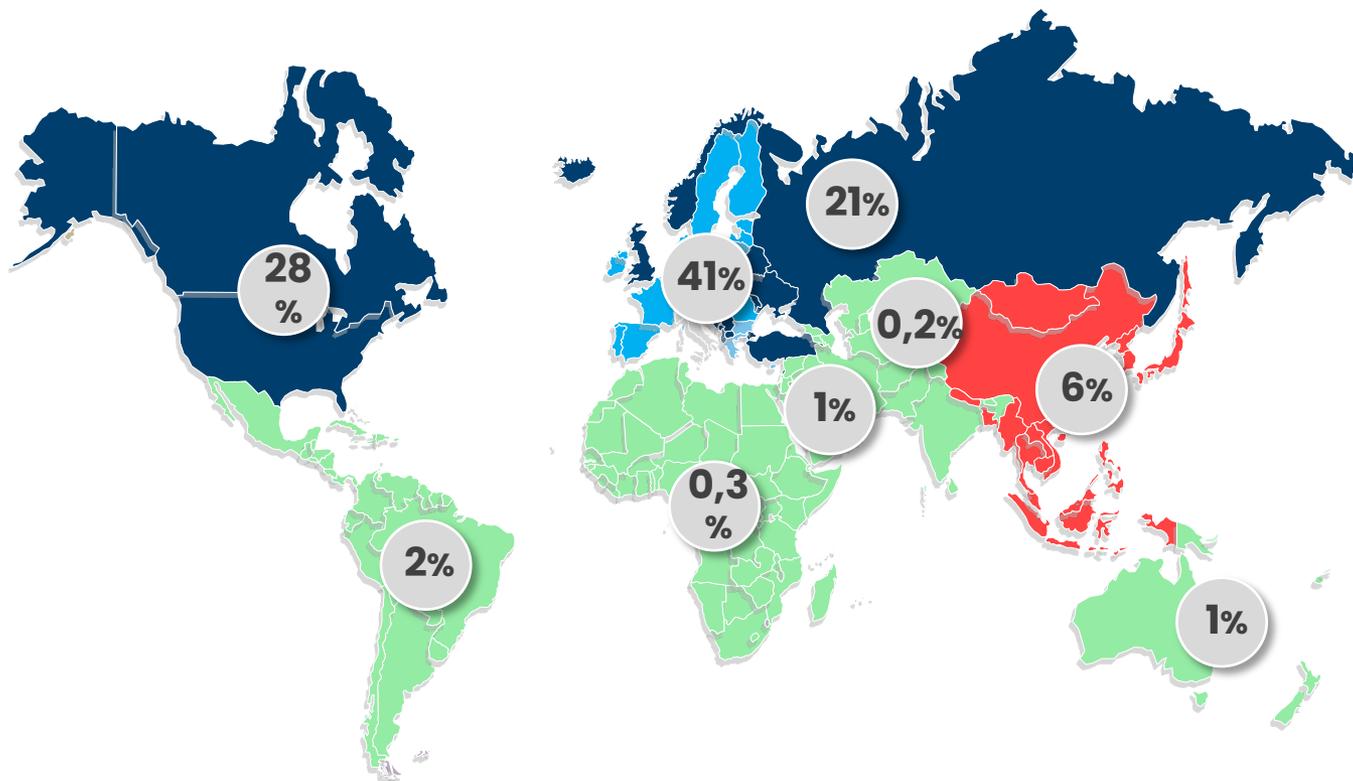
 Oltre 2,5 Miliardi €

 1,5-2,5 Miliardi €

 0,5-1,5 Miliardi €

 250-500 Milioni €

 Sotto 250 Milioni €



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

QUESTO SUCCESSO (NON SOLO ALL'ESTERO) DERIVA ANCHE DALL'ELEVATA INCIDENZA DI INDICAZIONI GEOGRAFICHE

527

2024

Vini con indicazione geografica



62%

Peso su totale
IG Italia

33%

Peso su IG
UE vini

11,3 mld €

2022

Valore alla produzione
dell'imbottigliato delle IG

Per lei un vino certificato DOC/DOCG/IGT,
rispetto a uno generico ha...

% DI CHI INDICA SUPERIORE

Qualità
Caratteristiche organolettiche
Tracciabilità del processo
produttivo
Sicurezza/controlli
Rispetto per l'ambiente

85%

77%

75%

72%

48%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Commissione Europea, Ismea-Qualivita e Consumer Survey Nomisma per Federvini (2022)

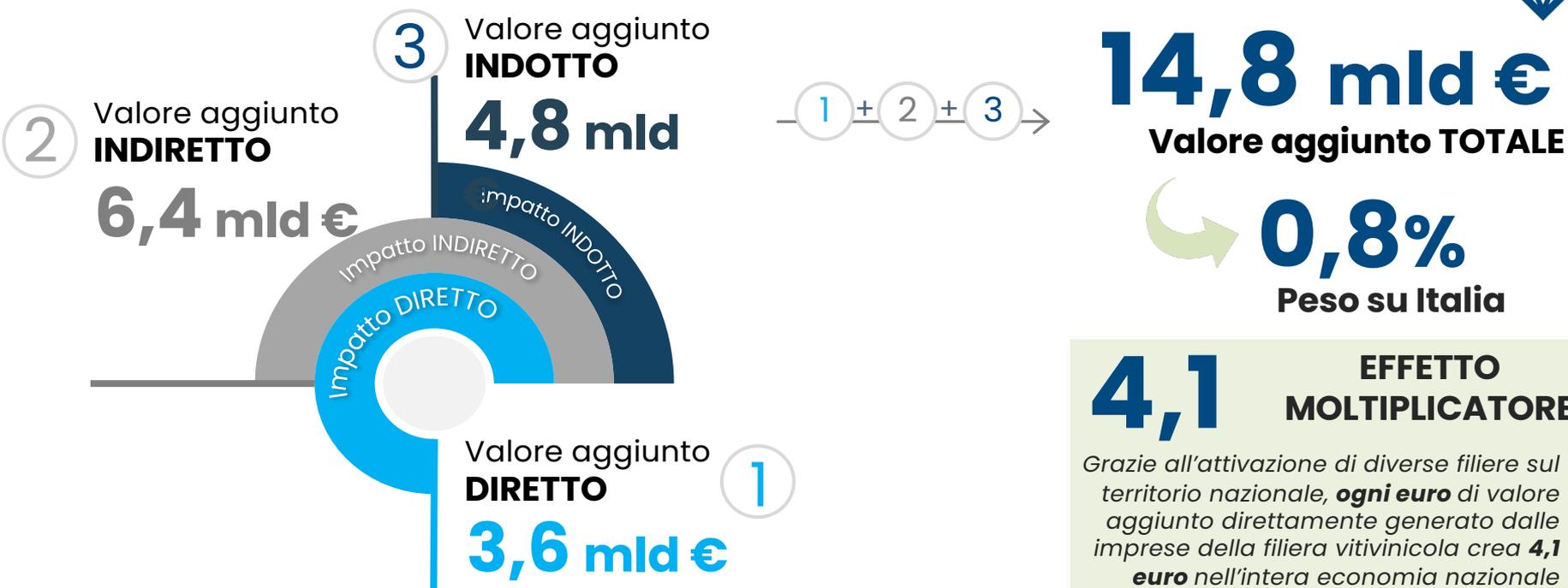


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

IL RILEVANTE CONTRIBUTO PER IL PAESE: OGNI EURO DI VALORE AGGIUNTO GENERATO CREA 4,1 EURO NELL'INTERA ECONOMIA

VALORE AGGIUNTO CREATO DALLA FILIERA VITIVINICOLA IN ITALIA (2022)



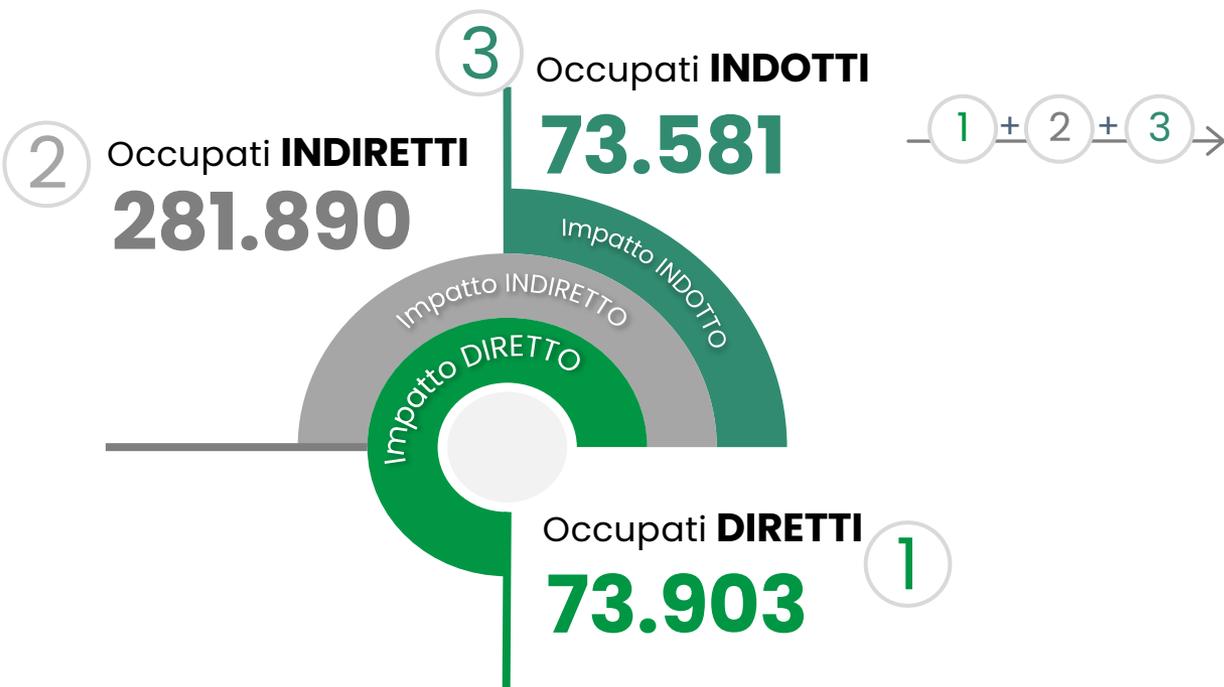
fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Fonte: elaborazioni e stime Nomisma mediante modello input-output

A FRONTE DI 74 MILA OCCUPATI IMPIEGATI DALLE IMPRESE DELLA FILIERA VITIVINICOLA SE NE ATTIVANO 430 MILA ALL'INTERNO DEL PAESE

OCCUPATI ATTIVATI DALLA FILIERA VITIVINICOLA IN ITALIA (2022)



429.374

Occupati TOTALI



1,7%

Peso su Italia

5,

EFFETTO MULTIPLICATORE

Grazie all'attivazione di diverse filiere sul territorio nazionale, **ogni occupato** attivato direttamente dalle imprese della filiera vitivinicola attiva **5,8 occupati** nell'intera economia nazionale



fondazione banfi

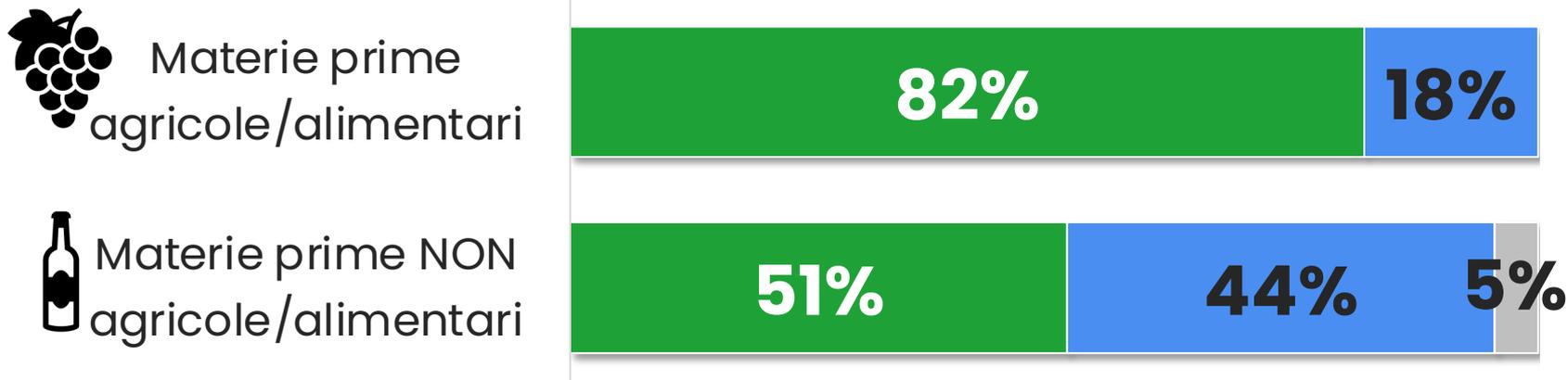
SANGUIS JOVIS

Fonte: elaborazioni e stime Nomisma mediante modello input-output

LA FILIERA VITIVINICOLA SI DISTINGUE PER LA SUA ELEVATA INTEGRAZIONE, CON IMPORTANTI IMPLICAZIONI NELL'APPROVVIGIONAMENTO A LIVELLO LOCALE

Si focalizzi sugli **approvvigionamenti di materie prime** funzionali all'attività produttiva dell'azienda. Mi saprebbe indicare quanta parte degli approvvigionamenti complessivi proviene dal mercato...

■ Regionale ■ Nazionale ■ Estero



Fonte: Survey Imprese Nomisma per Federvini (2023)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

L'IMPEGNO DELLE IMPRESE VITIVINICOLE VERSO LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE RISULTA ESTREMAMENTE RILEVANTE

Quali delle seguenti **azioni a favore della sostenibilità ambientale e sociale** l'azienda ha realizzato nel 2022-2023 o intende realizzare nei prossimi 2/3 anni?

- Sì, ha realizzato nel 2022-2023
- NO, ma intende realizzare nei prossimi 2/3 anni



Azioni per ridurre l'impatto ambientale dell'azienda



Iniziative che migliorano il benessere dei lavoratori



Iniziative di interesse collettivo a supporto delle comunità



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Fonte: Survey Imprese Nomisma per Federvini (2023)

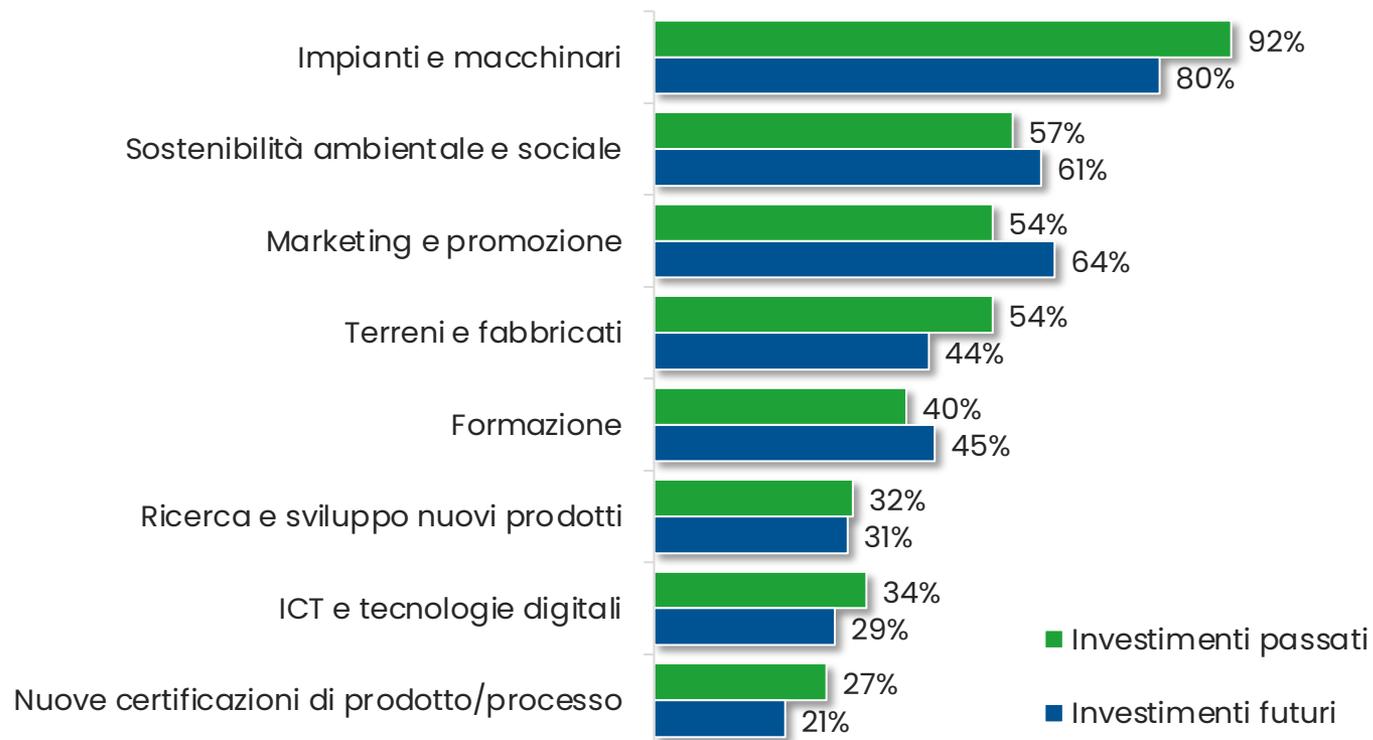
UN IMPEGNO, CHE PASSA ANCHE ATTRAVERSO UNA FORTE PROPENSIONE AGLI INVESTIMENTI

90%

Ha realizzato investimenti negli ultimi 3 anni



Quali sono stati i **principali investimenti** effettuati dall'azienda negli ultimi 3 anni e in quali settori l'azienda prevede invece di investire nei prox 3 anni?



fondazione banfi

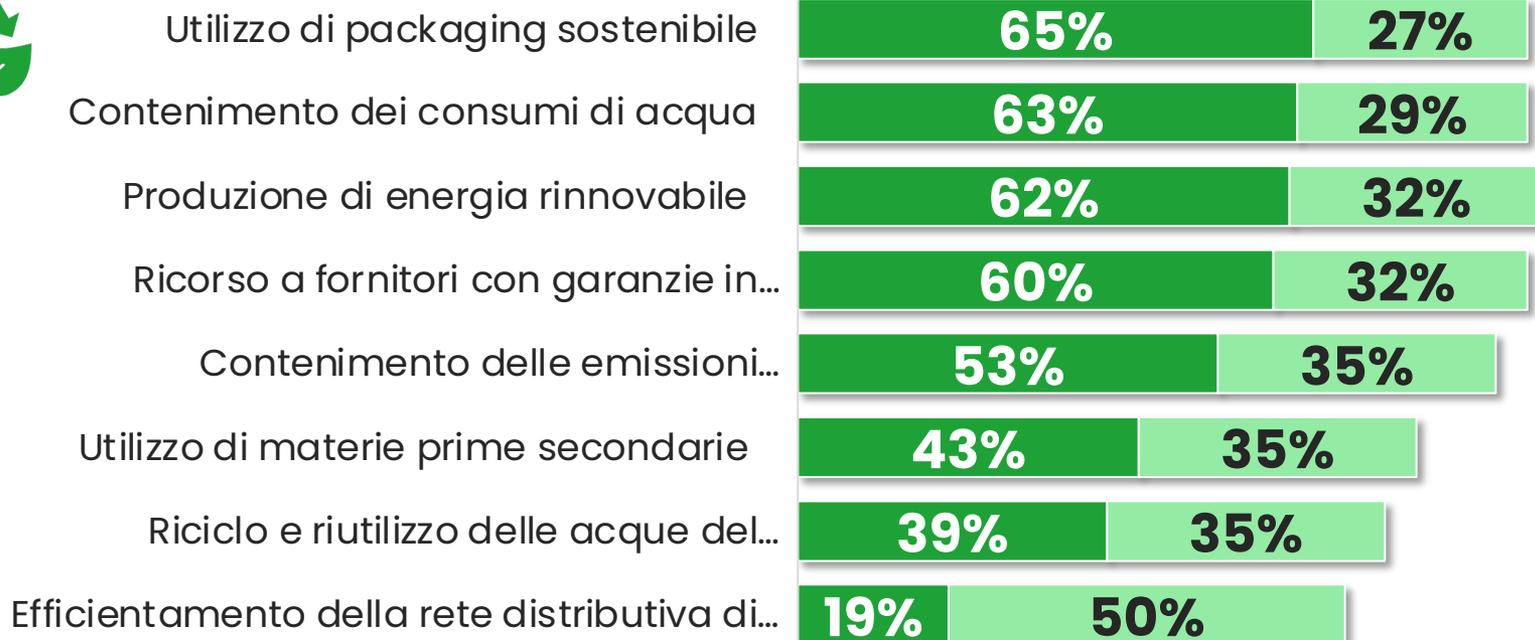
SANGUIS JOVIS

Fonte: Survey Imprese Nomisma per Federvini (2023)

PACKAGING, ACQUA ED ENERGIA I PRINCIPALI AMBITI DI INTERVENTO PER LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Quali delle seguenti **azioni a favore della sostenibilità ambientale** l'azienda ha realizzato nel 2022-2023 o intende realizzare nei prossimi 2/3 anni?

■ Sì, ha realizzato nel 2022-2023 ■ NO, ma intende realizzare nei prossimi 2/3 anni



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Fonte: Survey Imprese Nomisma per Federvini (2023)

FORMAZIONE, PARITÀ DI GENERE E RICAMBIO GENERAZIONALE INVECE QUELLI IN TEMA DI SOSTENIBILITÀ SOCIALE E DI GOVERNANCE

Quali delle seguenti **azioni per il benessere dei lavoratori e la governance** l'azienda ha realizzato nel 2022-2023 o intende realizzare nei prossimi 2/3 anni?



■ Sì, ha realizzato nel 2022-2023 ■ NO, ma intende realizzare nei prossimi 2/3 anni

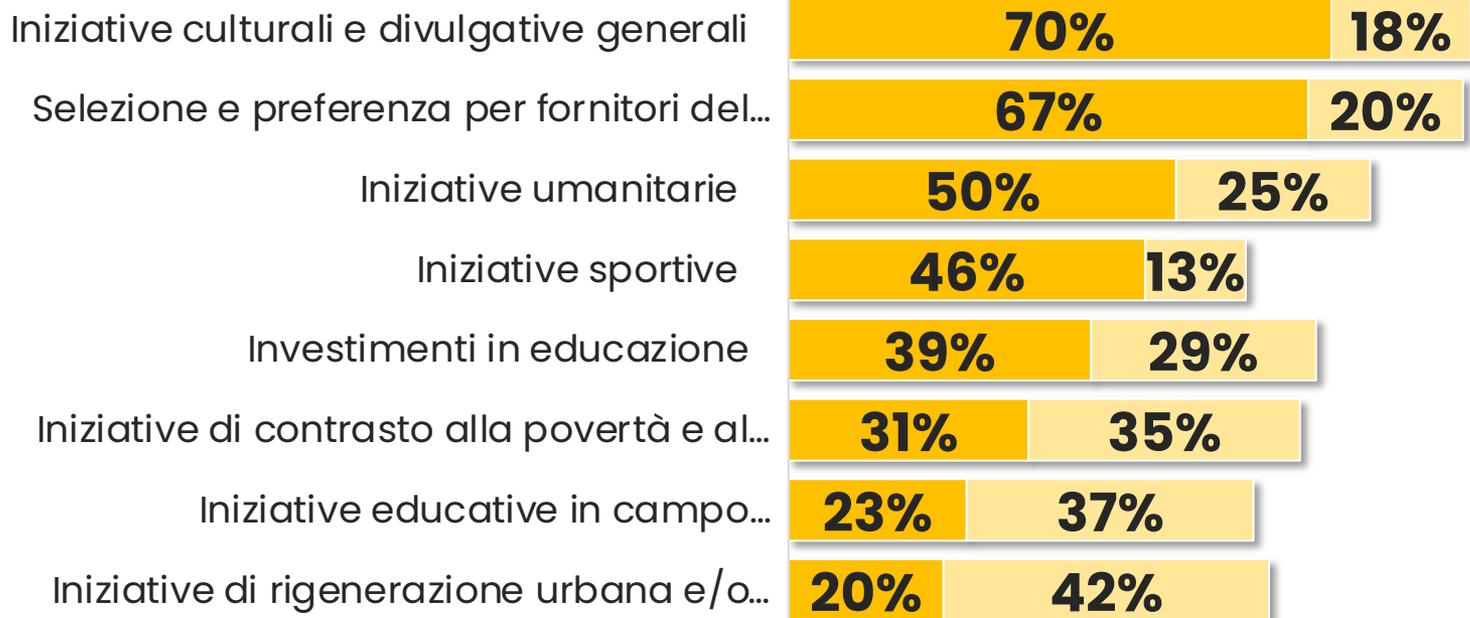


...MENTRE PER LE COMUNITÀ LOCALI E IL TERRITORIO, CULTURA, SPORT E SOSTEGNO ALLA POPOLAZIONE RAPPRESENTANO LE AZIONI PIÙ REALIZZATE DALLE IMPRESE

Quali delle seguenti **azioni a favore della comunità e del territorio** l'azienda ha realizzato nel 2022-2023 o intende realizzare nei prossimi 2/3 anni?



■ Sì, ha realizzato nel 2022-2023 ■ NO, ma intende realizzare nei prossimi 2/3 anni



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Fonte: Survey Imprese Nomisma per Federvini (2023)

IL «SISTEMA VINO» GODE DI BUONA REPUTAZIONE PRESSO IL CONSUMATORE ITALIANO/1

Pensi alle imprese produttrici di vino. Le chiedo di esprimere il suo grado di accordo e disaccordo con ciascuna affermazione.

D'ACCORDO

COMPLETAMENTE
D'ACCORDO

SOMMA «D'ACCORDO» +
«COMPLETAMENTE D'ACCORDO»

TRADIZIONE

Valorizzano le tradizioni locali grazie alla promozione di prodotti tipici e di metodi...

47%

38%

85%

Contribuiscono a promuovere l'arte culinaria, creando una sinergia tra il...

48%

37%

85%

SOSTENIBILITÀ

Supportano le comunità e i territori nei quali sono presenti con i propri...

49%

24%

73%

Tutelano e preservano la biodiversità, attraverso la conservazione delle varietà...

50%

22%

72%

Utilizzano pratiche agricole sostenibili, riducendo l'impatto ambientale

40%

18%

58%



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Fonte: Consumer Survey Nomisma per Federvini (2023)

IL «SISTEMA VINO» GODE DI BUONA REPUTAZIONE PRESSO IL CONSUMATORE ITALIANO/2



COLTIVAZIONE DELLA VITE E PRODUZIONE DI VINO RAPPRESENTANO ANCHE LEVE STRATEGICHE PER I TERRITORI

Di seguito alcune affermazioni sul **ruolo della coltivazione della vite** per il paesaggio e il territorio. Le chiedo di esprimere il suo grado di accordo/disaccordo con ciascuna affermazione.

D'ACCORDO

COMPLETAMENTE D'ACCORDO

Tutela del paesaggio e distintività alle...

49%

34%

Attrazione di turisti e visitatori

46%

36%

Mantenimento delle comunità rurali in...

47%

31%

Prevenzione nell'erosione dei suoli

45%

28%



133.140 ettari

Superficie uva da vino coltivata in Italia secondo metodi biologici (2022)

+163% Variazione vs 2010

+11% Variazione vs 2010
TOTALE SAU BIO ITALIA

20%
vigneto
totale
Italia



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Fonte: Consumer Survey Nomisma per Federvini (2023) e SINAB

...E PER IL SISTEMA PAESE



72%

Imprese di vino che offrono accoglienza turistica

Incidenza del fatturato legato al turismo su quello totale dell'azienda

13% Sul fatturato totale*

**% calcolate su chi realizza attività legate al turismo*

Negli ultimi 2/3 anni, le è capitato di fare un'escursione o una vacanza incentrata sul **turismo legato a prodotti alimentari e bevande?**



Fonte: Survey consumatori e imprese Nomisma per Federvini (2023)

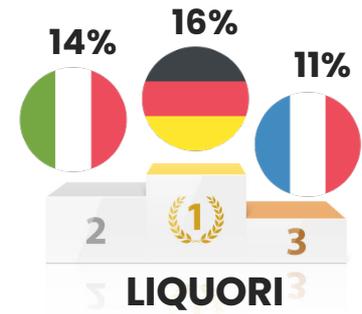
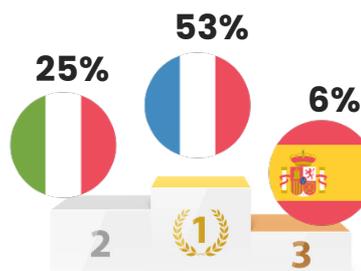
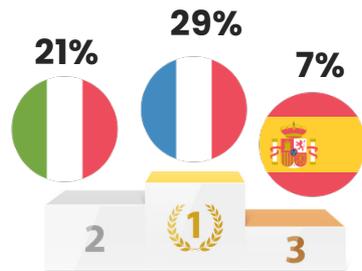
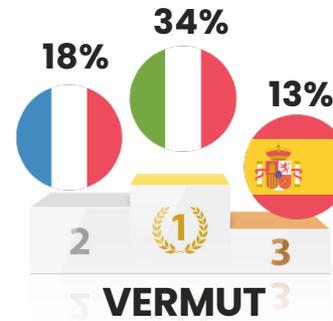
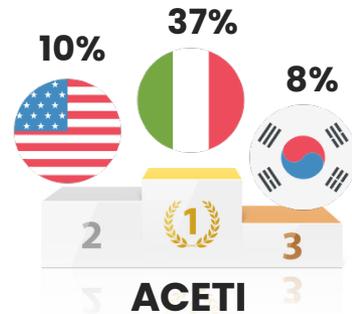


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

VINO, LIQUORI E ACETI ITALIANI DETENGONO POSIZIONI DI LEADERSHIP SUI MERCATI INTERNAZIONALI

QUOTA % SUL VALORE DEL RELATIVO EXPORT MONDIALE: ITALIA VS COMPETITORS



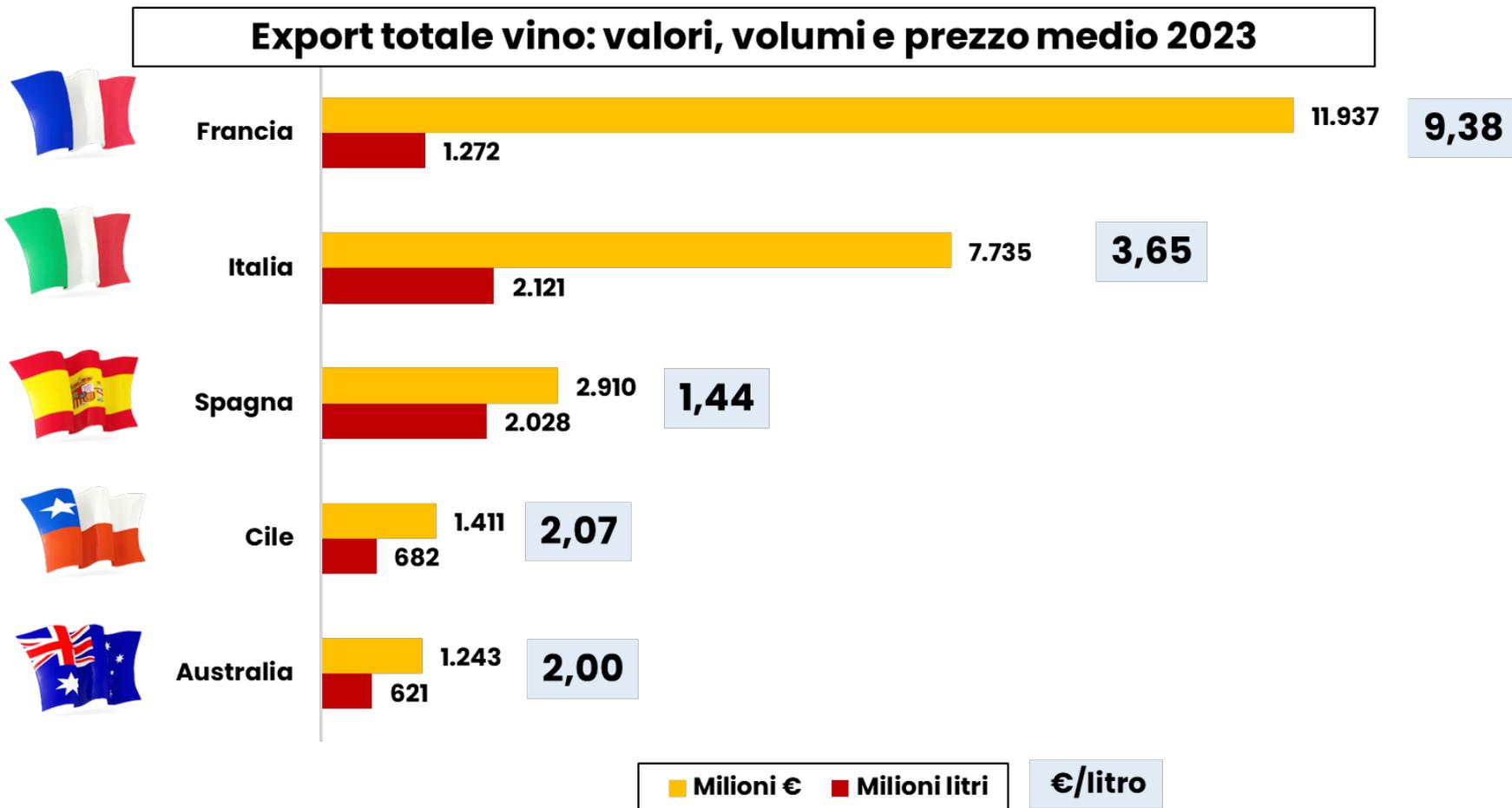
VINI FERMI* IMBOTTIGLIATI

VINI SPUMANTI

LIQUORI



TUTTAVIA, IL NOSTRO POSIZIONAMENTO MEDIO DI PREZZO ALL'EXPORT E' ANCORA MOLTO DISTANTE DA QUELLO DEI VINI FRANCESI

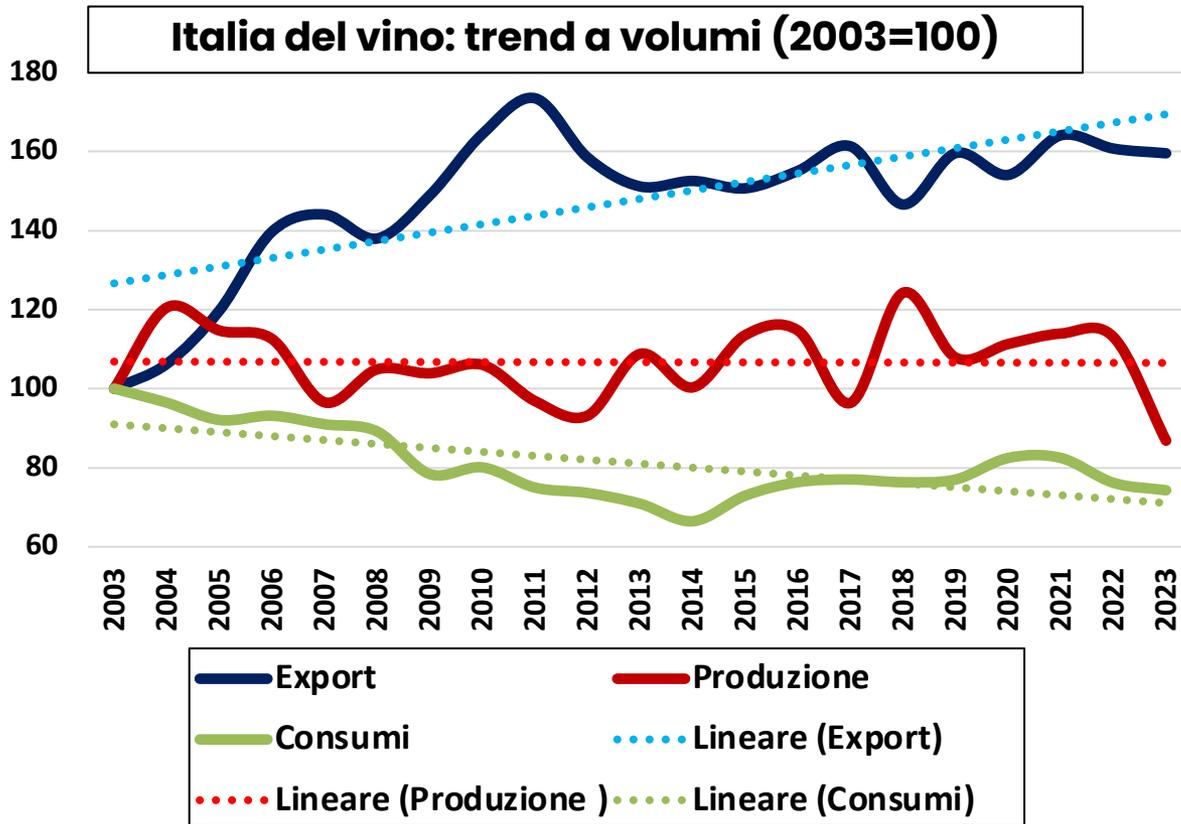


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati doganali

L'EXPORT DIVENTA SEMPRE PIU' IMPORTANTE



**Var % Valore Export
2023 vs 2003**

+188%

**Export/Fatturato
2022**

50%

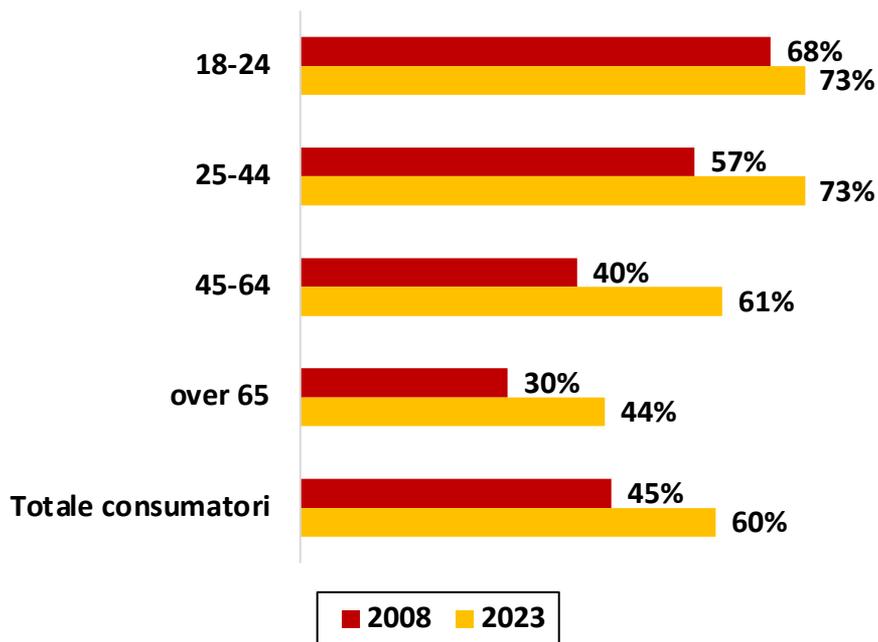


fondazione banfi
SANGUIS JOVIS

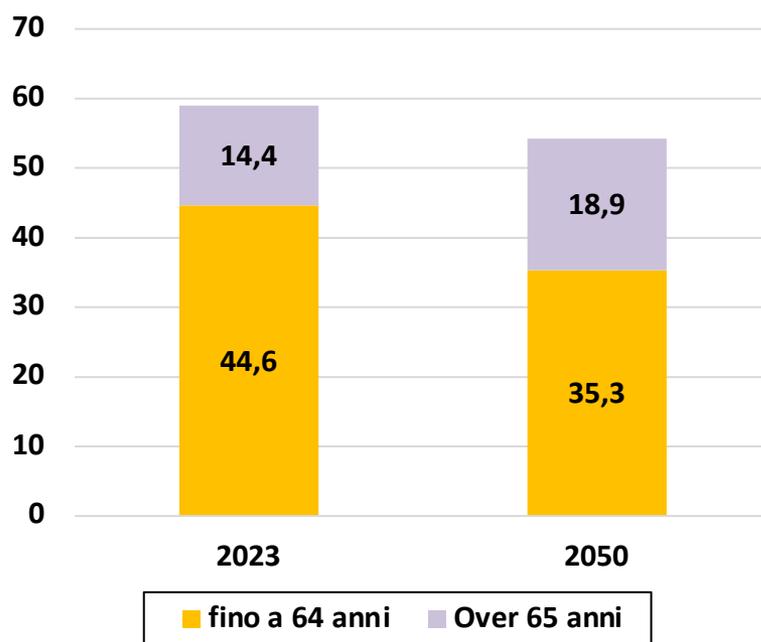
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati doganali

PERCHE' IN ITALIA IL CONSUMO DI VINO SI RIDUCE...IN PRIMIS PERCHE' SI RIDUCONO I CONSUMATORI E PERCHE' SI BEVE CON MENO FREQUENZA

Evoluzione dei consumatori occasionali di vino in Italia (% fascia di età)



Popolazione italiana: prospettive al 2050 per fascia di età (Milioni di Abitanti)

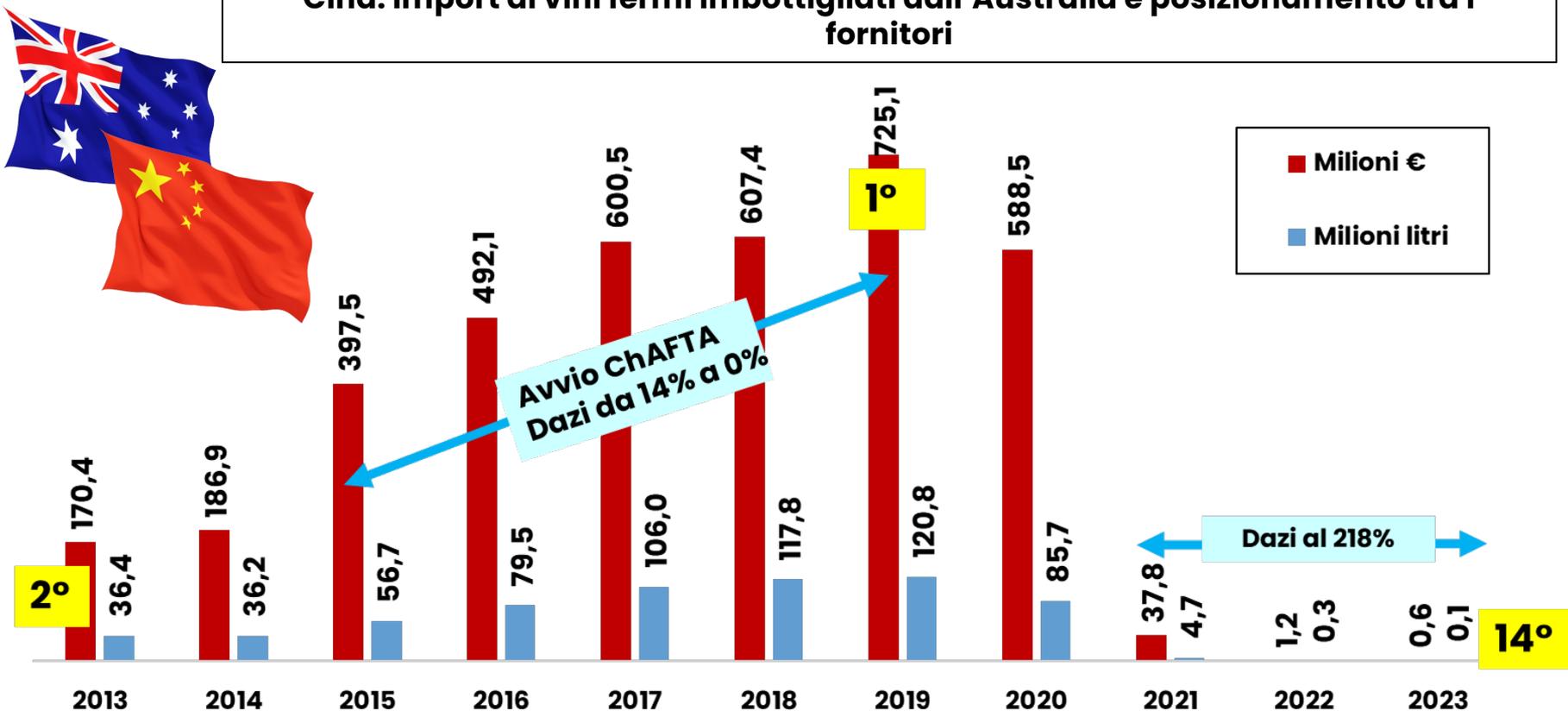


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati doganali



MA IN UN CONTESTO GEOPOLITICO DOMINATO DALLE TENSIONI INTERNAZIONALI, L'EXPORT DIVENTA SEMPRE PIU' DIFFICILE: IL CASO DELL'AUSTRALIA...

Cina: import di vini fermi imbottigliati dall'Australia e posizionamento tra i fornitori



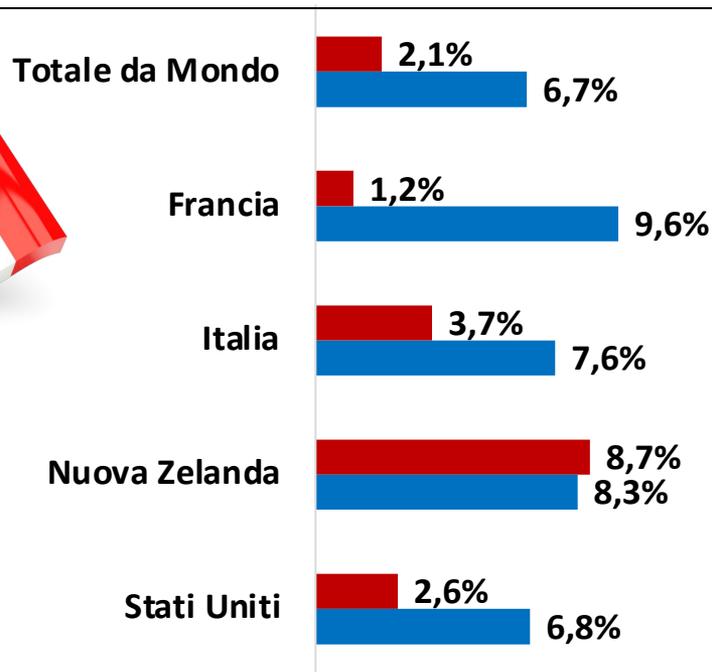
fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati doganali

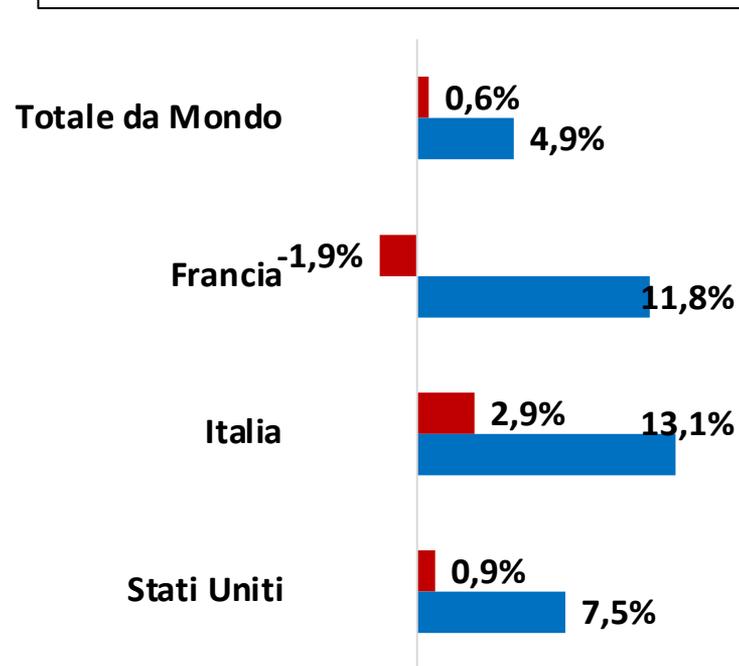
AL CONTRARIO, GLI ACCORDI DI LIBERO SCAMBIO FACILITANO IL COMMERCIO INTERNAZIONALE. IL CASO DEL CETA

CANADA: Cagr import vini imbottigliati*



■ 2013/2017 ■ 2018/2022

CANADA: Cagr import liquori



■ 2013/2017 ■ 2018/2022



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati doganali; * fermi, frizzanti e spumanti

DIVERSE SFIDE ATTENDONO DUNQUE LE IMPRESE DEL VINO ITALIANO

1

Incertezza dello scenario macro-economico e geopolitico internazionale

Rischio di nuove fiammate inflazionistiche con effetti sulla tenuta della sostenibilità economica delle imprese e sul potere di acquisto dei consumatori, nuovi «rigurgiti» di protezionismo, rallentamento economico

2

Contrazione della domanda sul mercato

Calo della propensione alla spesa da parte dei consumatori, evoluzione demografica e senilizzazione della popolazione, rischio di una riduzione dei consumi da parte dei giovani...

Popolazione

italiana al 2050

Trend

-5 milioni

Incidenza +65

28% 2023

42% 2050

3

Regolamentazioni con impatti negativi sui prodotti vinicoli

Alert sanitari, normativa sugli imballaggi, etichettatura sui valori nutrizionali,...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Fonte: FEDERVINI

...MA LE OPPORTUNITÀ DI UN'ULTERIORE CRESCITA NON MANCANO



1 Elevata diffusione ed ottima reputazione del vino tra i consumatori italiani ed esteri

2 Forte vocazione delle imprese ai mercati internazionali, ottimo posizionamento dei prodotti Made in Italy all'estero e nuove aree di consumo nel mondo

3 Crescita dell'enoturismo

4 Crescente attivismo da parte delle imprese verso la sostenibilità ambientale e sociale, con ricadute positive su territori, comunità e mercato finale



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Fonte: FEDERVINI