

SCHEMA DI SETTORE

VINO

ISMEA

Aprile 2019





«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



658 mila ha
LE SUPERFICI
INVESTITE



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

Offerta



55 Mln di hl
PRODUZIONE (+29%
rispetto al 2017)



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



2018
+4,6% vini
+5,2% spumanti
LE VENDITE IN VALORE
ALLA GDO

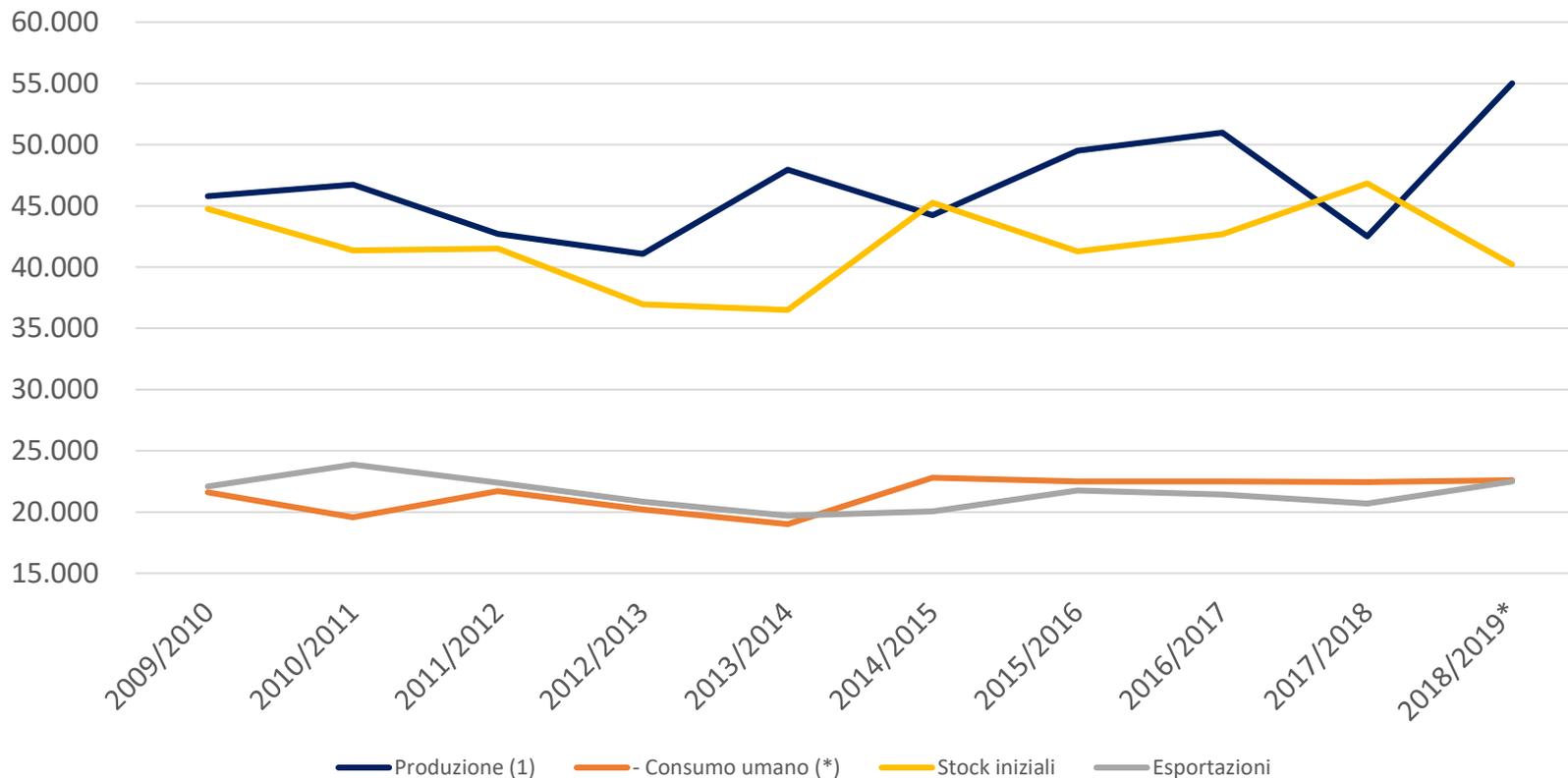


2018
6,2 mld € di export
(+3,3%) per circa
19,8 mln hl (-7,8%)

LE MACRO VARIABILI DEL SETTORE



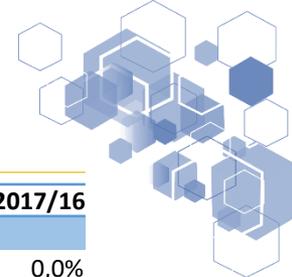
Evoluzioni delle principali variabili del settore (migliaia di ettolitri)



Fonte: Ismea, da bilanci di approvvigionamento. *Stima

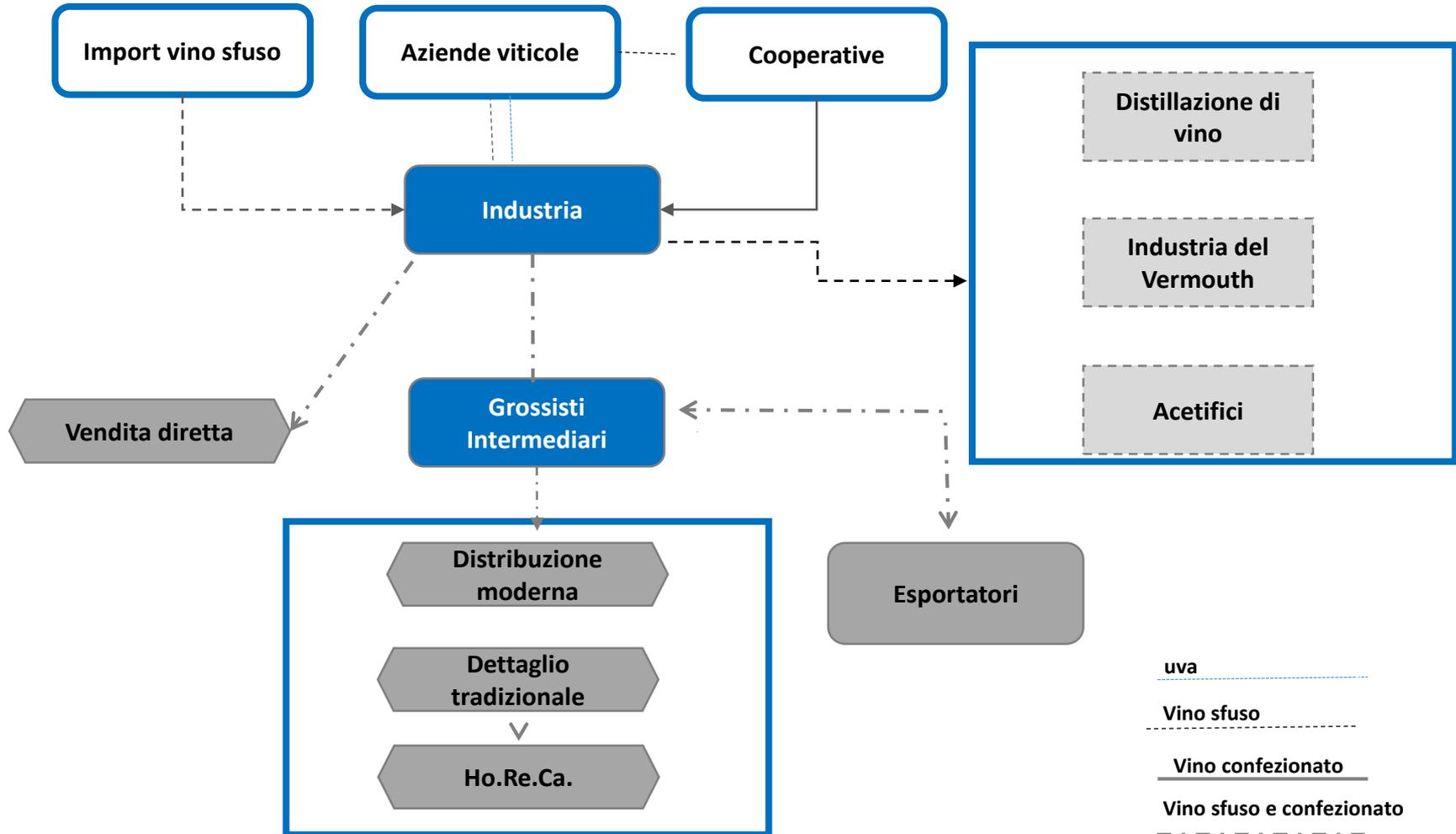


I NUMERI DELLA FILIERA

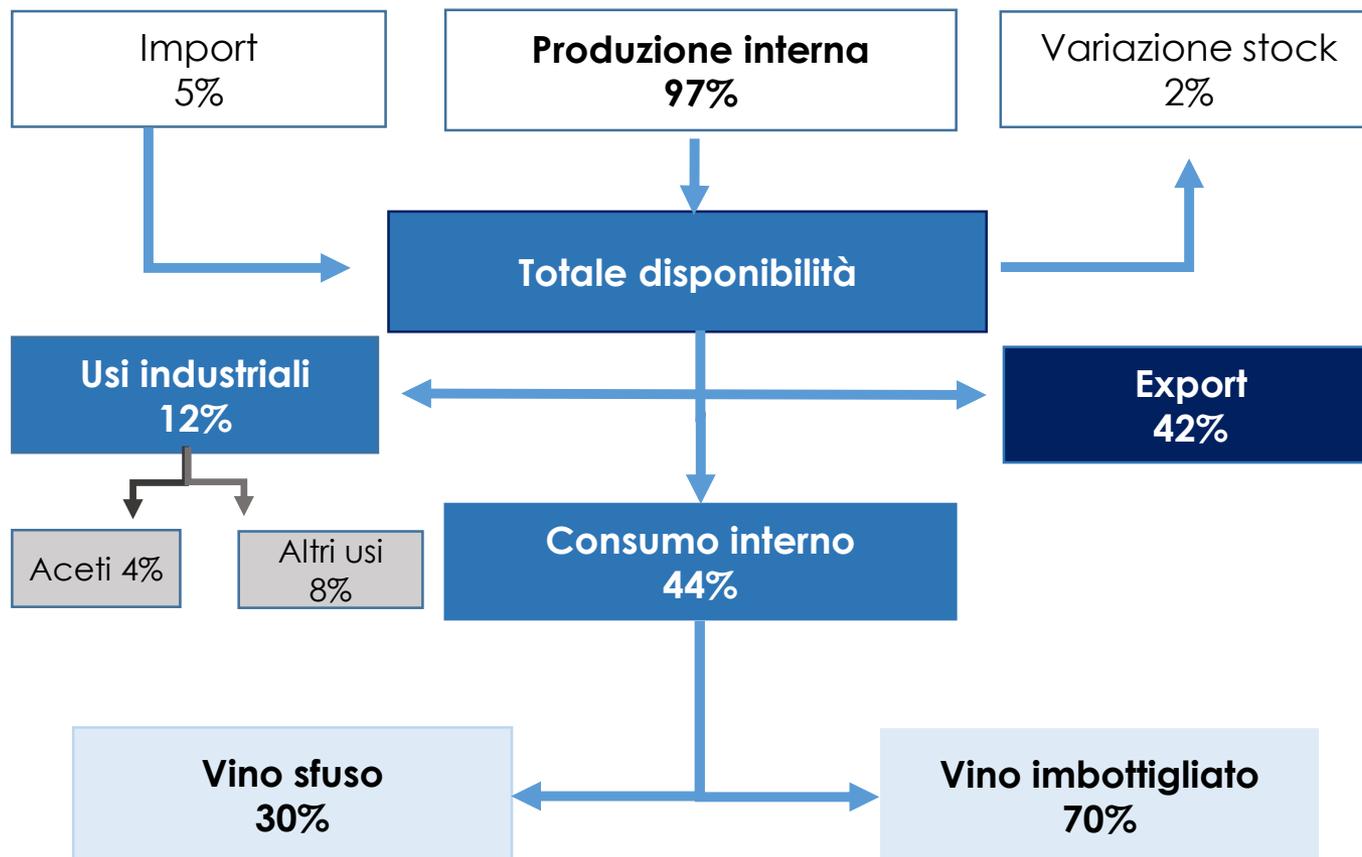


		2016	2017	2018	Var. % 2017/16
Struttura¹					
aziende agricole ¹	(n)	310.428	310.428	310.428	0,0%
superficie ²	(ha)	645.800	652.217	659.000	1,0%
ha/azienda	(ha)	2,08	2,1	2,1	1,0%
aziende vinificatrici ²		45.730	42.000	nd	
imprese industriali ³	(n)	1.807	1.807	1.807	0,0%
addetti industria	(n)	13.124	13.124	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



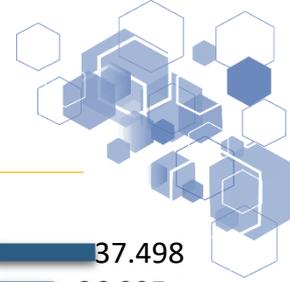


2

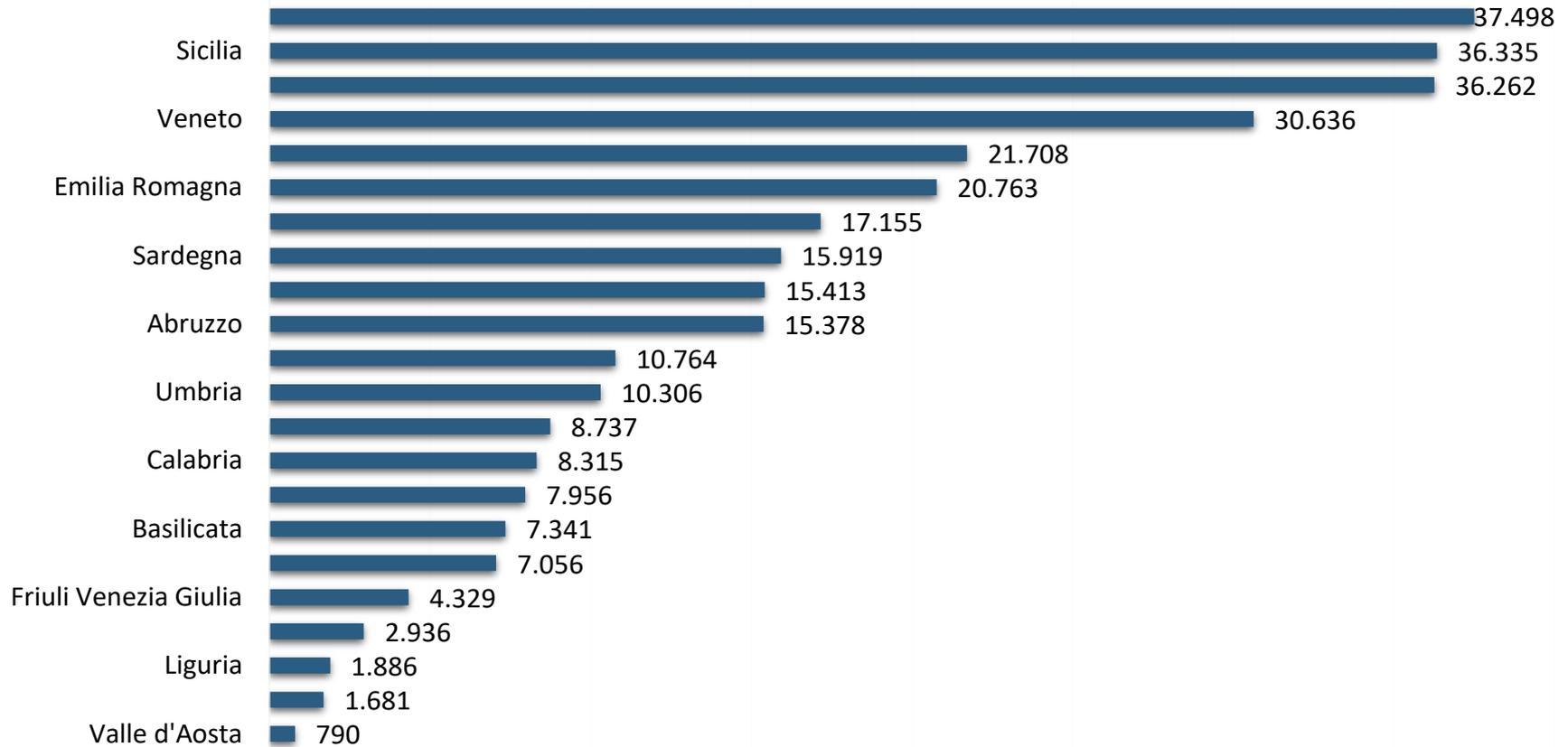
La struttura del settore



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



Superficie italiana a uva da vino (migliaia di ettari)



Fonte: Ismea su dati AGEA

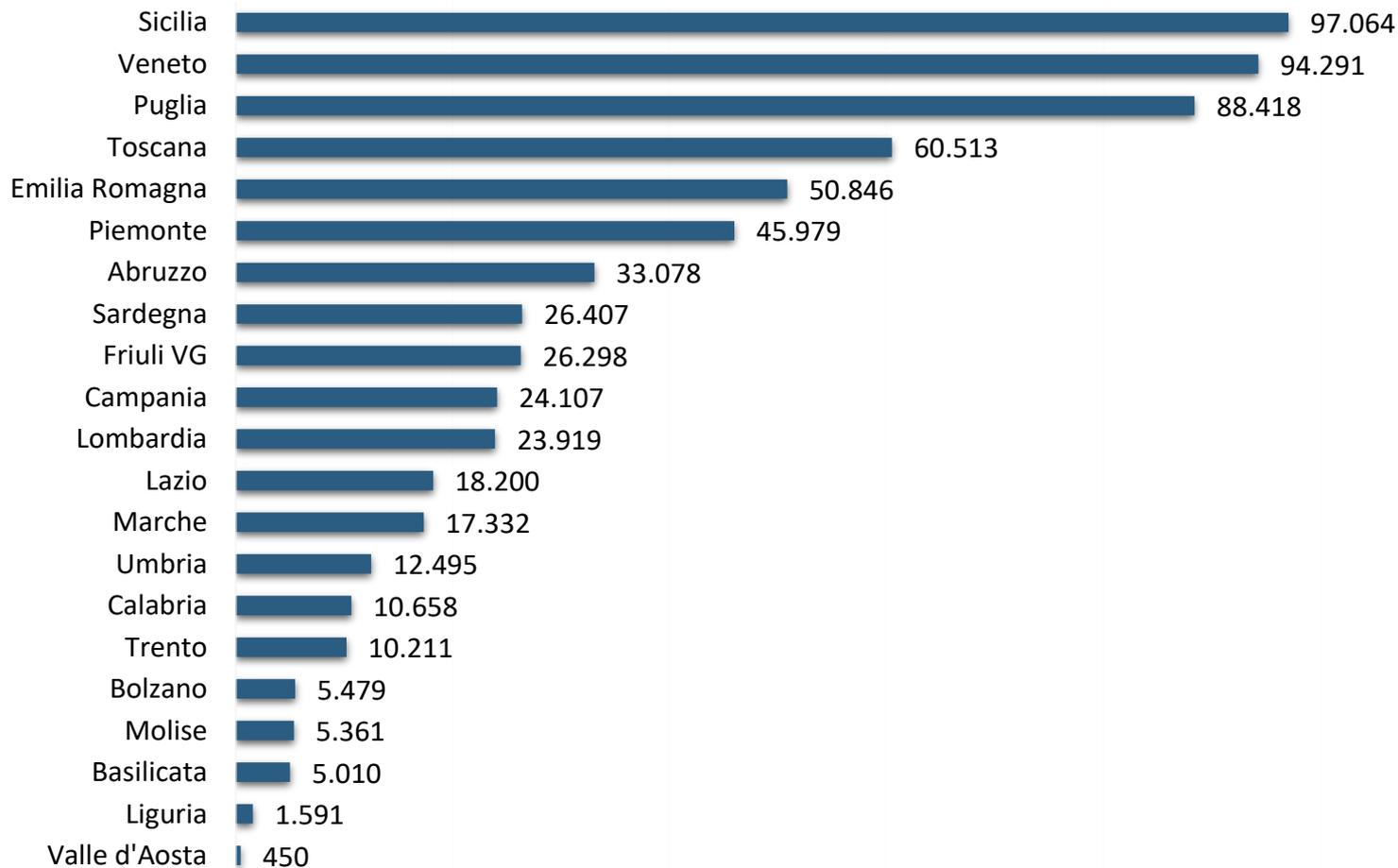
- ✓ **658.000 ettari (+1%)** terzo anno consecutivo di aumento delle superfici, anche grazie al nuovo sistema autorizzativo.
- ✓ Di questi **415 mila ettari** sono a **Dop** e **98 mila a Igp**
- ✓ Aumenti di superficie del 2018 sono concentrati in:
 - +5,2% Veneto + 1,0 % Friuli V.G.; +2,4% Lombardia, +2,4% Toscana
- ✓ Diminuisce, invece, il vigneto di:
 - -2,2% Lazio; -1,9% Sicilia; -0,9% Emilia Romagna; -0,7% Piemonte;



LA DISTRIBUZIONE REGIONALE DEL VIGNETO ITALIA



Ettari 2018

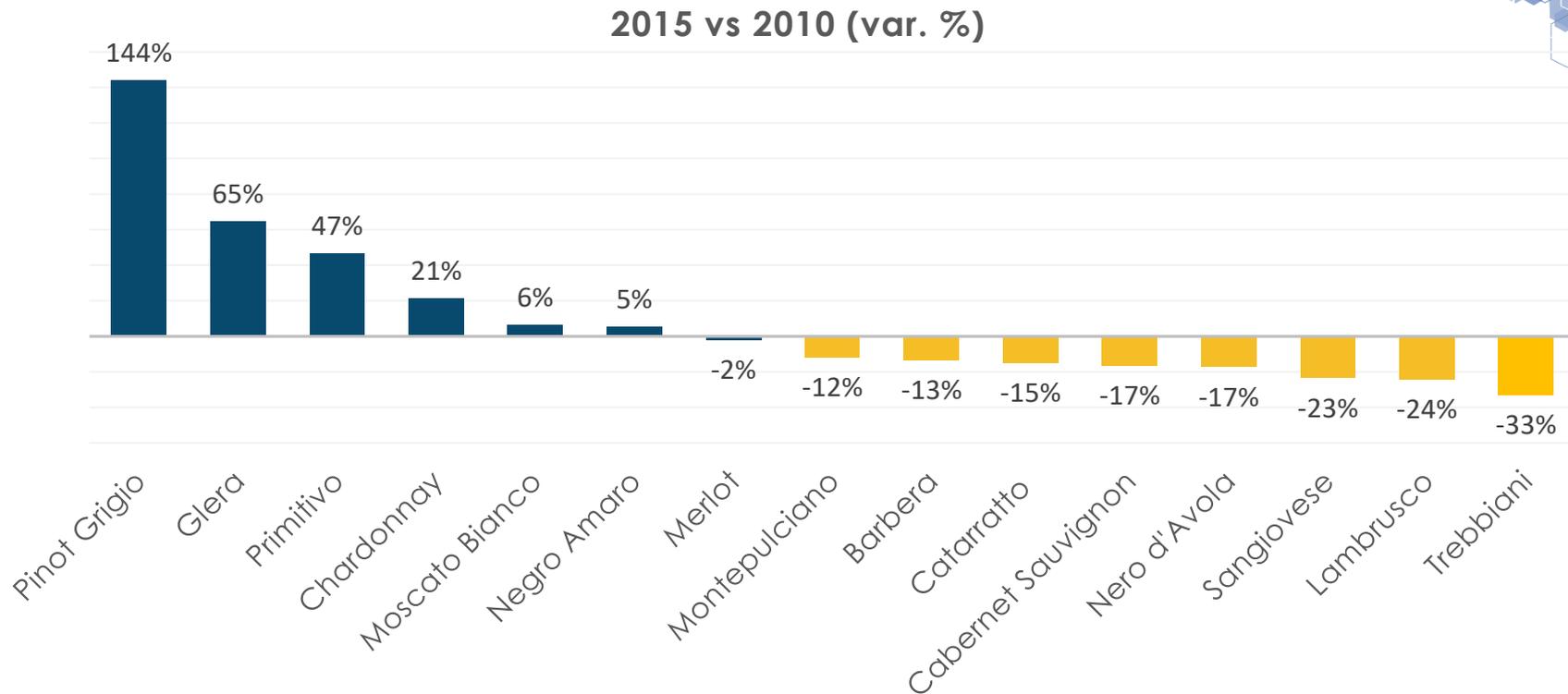


Fonte: Ismea su dati AGEA

- La Sicilia continua ad essere la prima regione con vite da vino anche se da tre 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%

Il 50% della produzione afferisce al mondo della Cooperazione



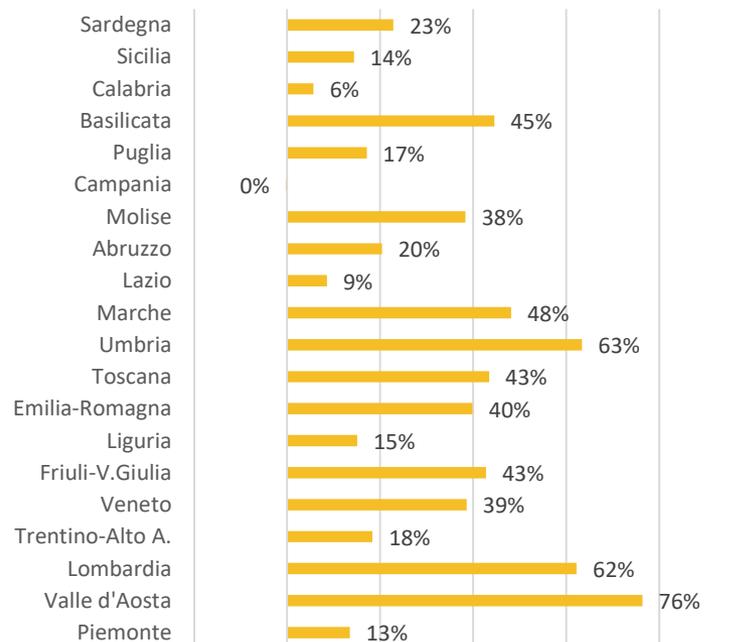
LA DISTRIBUZIONE REGIONALE DELLA PRODUZIONE TOTALE DI VINO



	Migliaia di ettoltri (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 2018 la produzione è salita a 55 milioni di ettoltri (+29%).
- Il **Veneto** si posiziona saldamente al primo posto con oltre 13 milioni di ettoltri (+39%).

Le performance regionali: 2018 vs 2017 (var.%)



Fonte: ISMEA su dati ISTAT e AGEA





3

I vini Dop e Igp

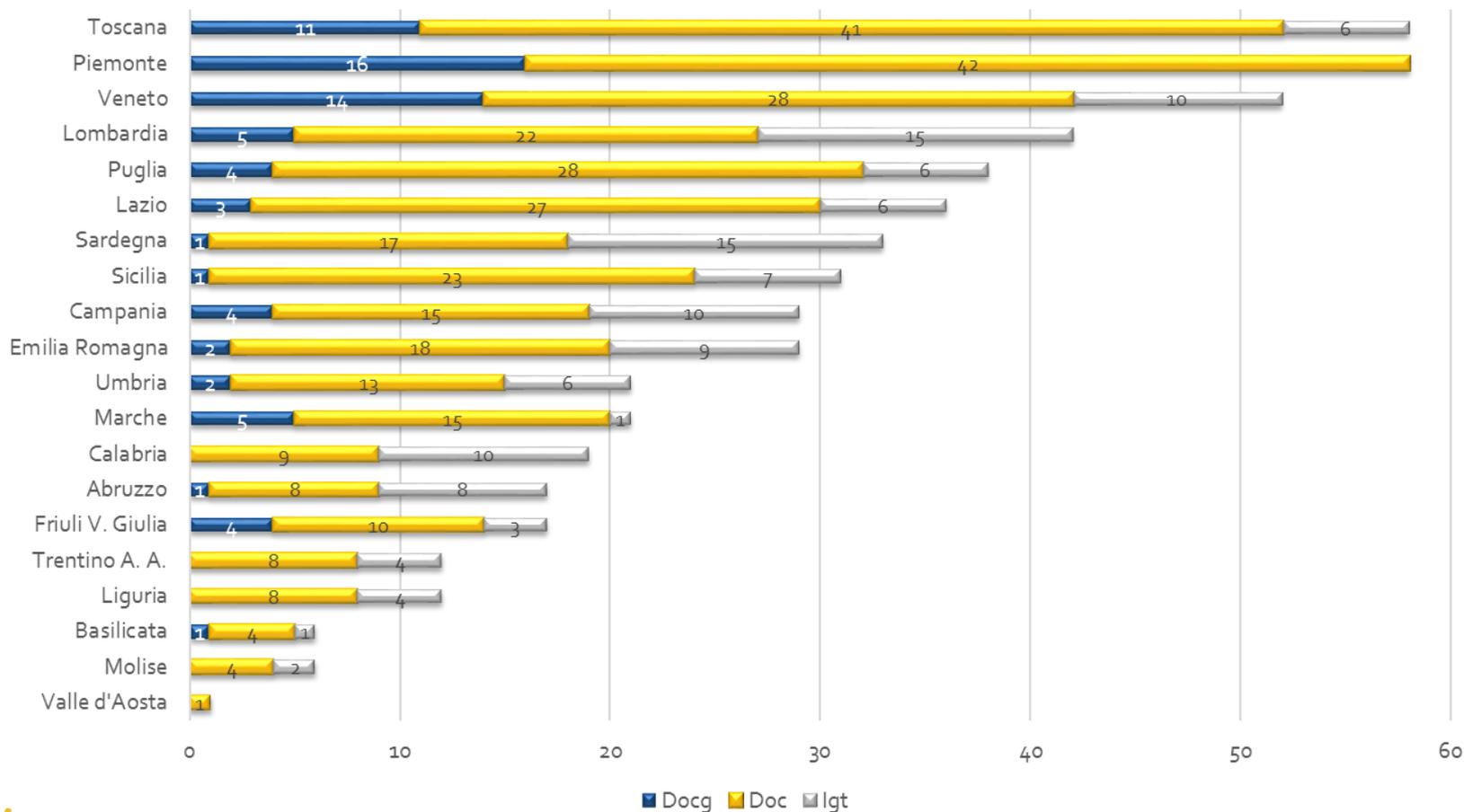


IL NUMERO DI RICONOSCIMENTI DOP E IGP



Italia prima per numero di riconoscimenti

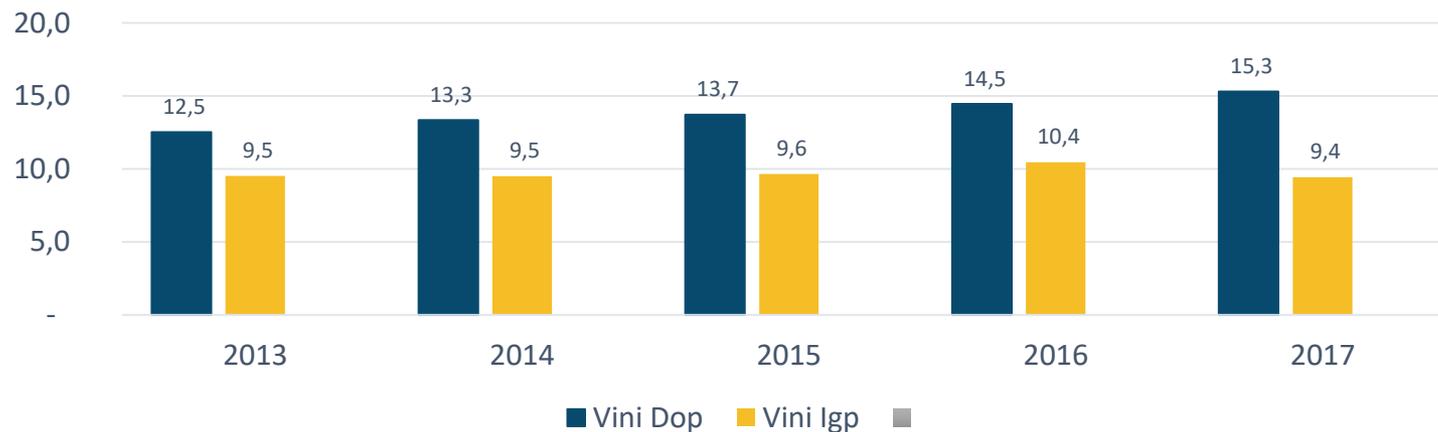
526 IG: 408 DOP e 118 IGP



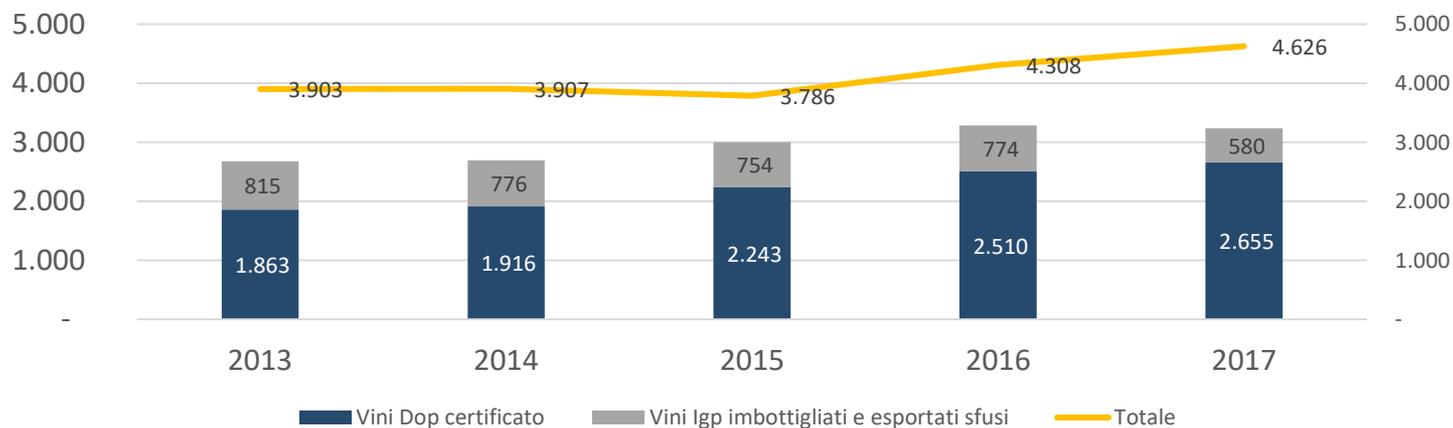
I VINI DOP E IGP: PRODUZIONE E VALORE



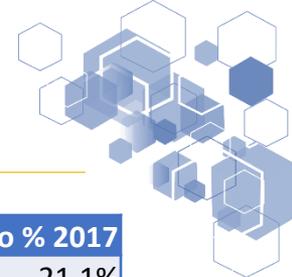
Le produzioni certificate (Milioni hl)



Il valore della produzione "sfusa"- Milioni di euro



I PRINCIPALI VINI DOP CERTIFICATI



I principali vini Dop per volume certificato (ettolitri)

	2016	2017	Var. % 17/16	Peso % 2017
Prosecco	3.058.610	3.226.172	5,5%	21,1%
Montepulciano d'Abruzzo	865.015	834.466	-3,5%	5,5%
Chianti	750.086	751.334	0,2%	4,9%
Conegliano Valdobbiadene	672.581	669.068	-0,5%	4,4%
Asti	643.179	665.791	3,5%	4,4%
Chianti Classico	430.518	417.387	-3,0%	2,7%
Soave	469.793	361.986	-22,9%	2,4%
Sicilia	231.756	337.722	45,7%	2,2%
Alto Adige	271.328	307.269	13,2%	2,0%
Trentino	313.770	302.670	-3,5%	2,0%
Altri	6.751.152	7.427.431	10,0%	48,5%
Totale vini Dop	14.457.789	15.301.297	5,8%	100,0%

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

	2016	2017	Var. % 17/16	Peso % 2017
Prosecco	629	631	0,3%	23,8%
Conegliano Valdobbiadene	161	184	12,3%	6,9%
Chianti	87	81	-7,2%	3,1%
Asti	103	107	3,9%	4,0%
Chianti Classico	112	98	-14,5%	3,7%
Amarone della Valpolicella	83	103	18,9%	3,9%
Alto Adige	82	100	18,2%	3,8%
Barolo	79	89	11,0%	3,3%
Valpolicella Ripasso	63	86	26,4%	3,2%
Brunello di Montalcino	61	72	15,2%	2,7%
Altri	1.049	1.105	5,1%	41,6%
Totale vini Dop	2.509	2.655	5,5%	100,0



I PRINCIPALI VINI IGP



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

	2016	2017	Var. % 17/16	Peso % 2017
Delle Venezie	1.657.659	1.184.870	-28,5	14,4
Terre Siciliane	1.309.443	1.308.159	-0,1	15,9
Veneto	1.235.563	988.864	-20,0	12,0
Emilia o dell'Emilia	968.348	989.103	2,1	12,0
Puglia	816.996	649.165	-20,5	7,9
Rubicone	544.304	521.329	-4,2	6,3
Toscana O Toscana	506.021	565.284	11,7	6,9
Salento	490.903	410.158	-16,4	5,0
Provincia di Pavia	297.607	304.515	2,3	3,7
Vigneti delle Dolomiti	193.840	214.708	10,8	2,6
Altri	1.293.378	1.103.642	-14,7	13,4
Totale vini Igp	9.314.061	8.239.797	-11,5	100,0

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

	2016	2017	Var. % 17/16	Peso % 2017
Delle Venezie	169	114	-33%	19,6%
Terre Siciliane	82	107	30%	18,4%
Veneto	101	79	-22%	13,6%
Toscana O Toscana	40	45	14%	7,8%
Emilia o dell'Emilia	38	42	11%	7,3%
Salento	33	28	-15%	4,9%
Puglia	33	27	-17%	4,7%
Vigneti delle Dolomiti	22	24	11%	4,1%
Rubicone	22	22	1%	3,9%
Provincia di Pavia	15	15	4%	2,6%
Altri	90	76	-16%	13,1%
Totale vini Igp	645	580	-10,0%	100,0%

IL VOLUME DELLE DOP E IGP PER REGIONE



Il volume della produzione di vini Dop e Igp per regione 2017 (migliaia di ettolitri)

	Vino Dop	Igp Imbottigliato	Igp esportato sfuso	Dop+Igp	Quota sul totale
Piemonte	1.956	-		1.956	7,9%
Valle d'Aosta	14	-		14	0,1%
Lombardia	615	368		983	4,0%
Trentino Alto Adige	785	299		1.084	4,4%
Veneto	5.081	2.011		7.092	28,7%
Friuli Venezia Giulia	1.037	298		1.335	5,4%
Liguria	32	4		36	0,1%
Emilia-Romagna	802	1.525		2.327	9,4%
Toscana	1.651	574		2.225	9,0%
Umbria	161	117		278	1,1%
Marche	299	73		372	1,5%
Lazio	395	117		512	2,1%
Abruzzo	1.064	201		1.265	5,1%
Molise	17	21		38	0,2%
Campania	197	148		346	1,4%
Puglia	329	1.084		1.413	5,7%
Basilicata*	24	17		42	0,2%
Calabria	38	30		67	0,3%
Sicilia	483	1.310		1.793	7,2%
Sardegna	321	42		363	1,5%
Italia	15.301	8.240	1.201,0	24.742	100,0%

Fonte: ISMEA su dati OdC



IL VALORE DELLE DOP E IGP PER REGIONE



Il valore della produzione di vini Dop e Igp per regione 2017 (mlioni di euro)

	Vino Dop	Igp Imbottigliato	Igp esportato sfuso	Dop+Igp	Quota sul totale
Piemonte	393	-		393	11,6%
Valle d'Aosta	5	-		5	0,1%
Lombardia	113	19		132	3,9%
Trentino Alto Adige	185	32		217	6,4%
Veneto	1.086	175		1.261	37,3%
Friuli Venezia Giulia	175	29		204	6,0%
Liguria	8	0		8	0,3%
Emilia-Romagna	57	65		122	3,6%
Toscana	331	46		377	11,2%
Umbria	17	8		25	0,7%
Marche	28	5		33	1,0%
Lazio	22	6		28	0,8%
Abruzzo	75	12		86	2,6%
Molise	1	1		2	0,1%
Campania	21	13		34	1,0%
Puglia	30	57		87	2,6%
Basilicata*	4	1		3	0,1%
Calabria	5	2		7	0,2%
Sicilia	54	107		161	4,8%
Sardegna	43	3		46	1,3%
Italia	2.655	580	143	3.379	100,0%

Valore è calcolato sul prodotto sfuso, applicando il prezzo alla produzione ai volumi certificati per le Dop, ai vini imbottigliati per le Igp ai quali viene sommato il valore ex fabrica dell'Igp esportato sfuso.

Fonte: ISMEA.



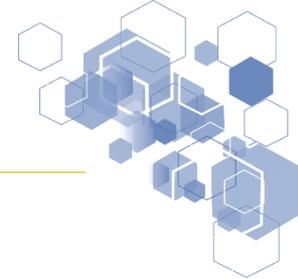


4

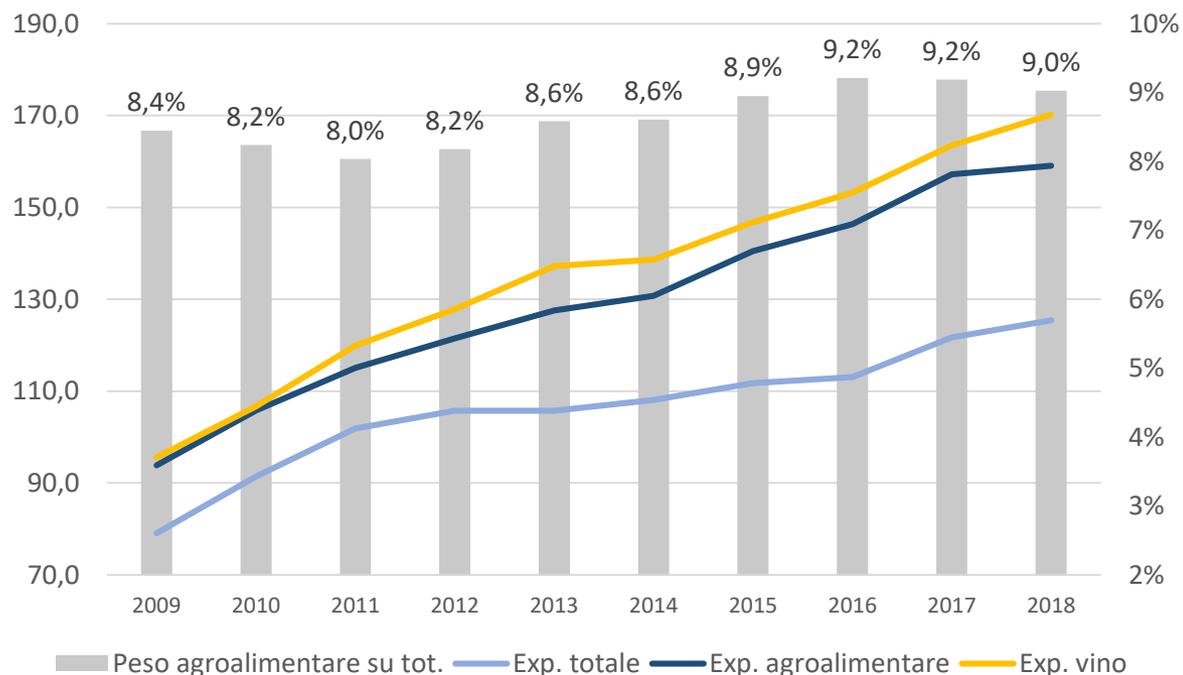
Il commercio estero dell'Italia



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 di 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			Milioni 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	2.080	19.397	6.005	322	5.683
2018*	19.780	2.039	17.741	6.204	345	5.858
Var. 18/17	-7,9%	-2,0%	-8,5%	3,3%	7,1%	3,1%

Fonte: ISMEA su dati Istat; *provvisorio

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

Il 2018 ha segnato una decisa battuta d'arresto delle esportazioni in volume (-8%), a fronte di un ulteriore incremento del valore arrivato a 6,2 miliardi di euro (+3%).



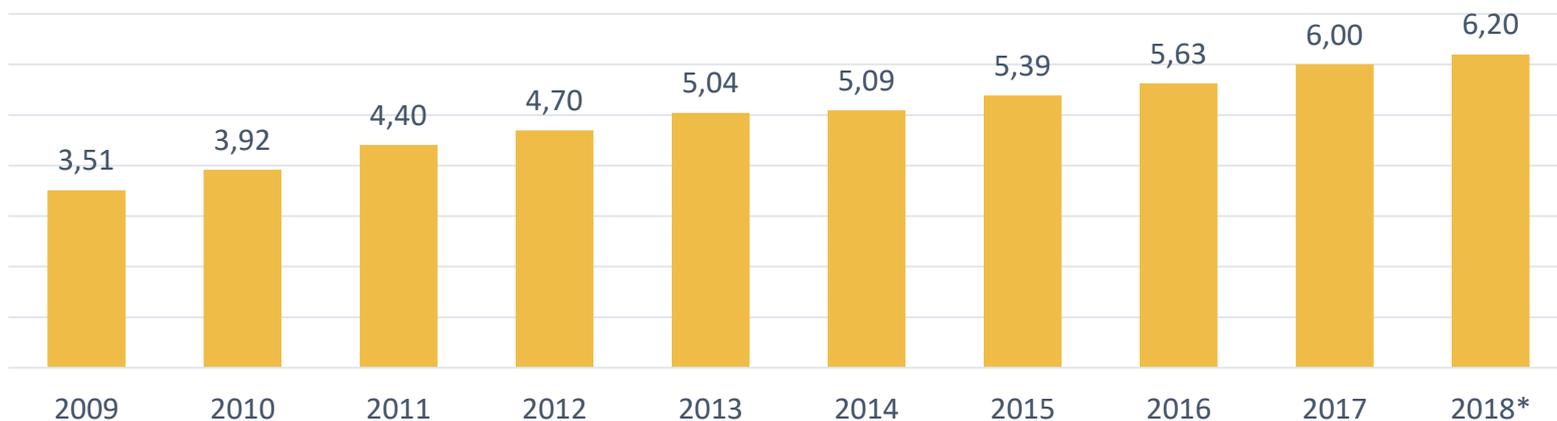
TREND DELL'EXPORT ITALIANO DI VINO



Export in volume
(mln hl)



Export in valore
(mln €)



L'EXPORT ITALIANO DI VINO PER SEGMENTO



	Ettolitri			Migliaia di euro		
	2017	2018*	Var. %	2017	2018*	Var. %
Dop	8.185.623	9.278.866	13,4%	3.483.808	3.896.716	11,9%
Fermi	4.618.446	5.534.551	19,8%	2.131.123	2.400.490	12,6%
Frizzanti	603.378	627.044	3,9%	177.259	194.213	9,6%
Spumanti	2.963.799	3.117.270	5,2%	1.175.425	1.302.013	10,8%
Igp	6.854.392	5.281.735	-22,9%	1.777.390	1.516.799	-14,7%
Fermi	5.984.570	4.464.247	-25,4%	1.594.626	1.334.528	-16,3%
Frizzanti	756.556	720.592	-4,8%	156.188	157.994	1,2%
Spumanti	113.266	96.896	-14,5%	26.576	24.278	-8,6%
Comuni	5.455.493	4.267.406	-21,8%	518.922	555.757	7,1%
Fermi	4.628.844	3.371.616	-27,2%	330.698	338.813	2,5%
Frizzanti	341.001	352.154	3,3%	61.695	70.438	14,2%
Spumanti	485.647	543.635	11,9%	126.529	146.506	15,8%
Varietali	571.880	590.723	3,3%	105.414	120.687	14,5%
Fermi	457.619	464.408	1,5%	70.712	77.671	9,8%
Frizzanti	8.033	7.585	-5,6%	2.179	2.518	15,5%
Spumanti	106.228	118.730	11,8%	32.522	40.498	24,5%
AltreDop+Igp	92.926	77.023	-17,1%	66.157	58.926	-10,9%
Mosti	316.665	284.354	-10,2%	53.420	54.803	2,6%
Totale	21.476.979	19.780.108	-7,9%	6.005.110	6.203.688	3,3%

Fonte: Ismea su dati Istat; *provvisorio



RIPARTIZIONE DELLE ESPORTAZIONI PER AREA GEOGRAFICA



Le esportazioni italiane di vino per area geografica (milioni di euro)



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		
	2017	2018*	Var.%	2017	2018*	Var.%
Stati Uniti	3.343.602	3.392.294	1,5%	1.406.573	1.462.819	4,0%
Germania	5.682.444	5.116.736	-10,0%	997.427	1.037.607	4,0%
Regno Unito	3.080.526	2.902.506	-5,8%	812.205	827.463	1,9%
Svizzera	756.744	708.005	-6,4%	359.427	376.793	4,8%
Canada	796.169	771.077	-3,2%	332.879	333.776	0,3%
Francia	1.051.323	847.947	-19,3%	170.043	187.218	10,1%
Svezia	525.509	534.853	1,8%	164.913	177.320	7,5%
Giappone	441.773	407.051	-7,9%	162.552	161.347	-0,7%
Paesi Bassi	435.608	440.113	1,0%	142.150	150.102	5,6%
Danimarca	394.029	374.336	-5,0%	148.213	139.510	-5,9%
Cina	377.052	331.879	-12,0%	130.000	126.918	-2,4%
Belgio	345.931	348.371	0,7%	123.348	121.286	-1,7%
Russia	478.121	419.434	-12,3%	111.260	108.589	-2,4%
Austria	488.442	383.318	-21,5%	102.321	103.028	0,7%
Norvegia	231.891	227.613	-1,8%	94.045	93.829	-0,2%
Polonia	215.406	209.493	-2,7%	50.223	61.940	23,3%
Australia	114.749	138.631	20,8%	52.128	61.774	18,5%
Altri	2.717.663	2.226.453	-18,1%	645.402	672.370	4,2%
Mondo	21.476.979	19.780.108	-7,9%	6.005.110	6.203.688	3,3%

Fonte: ISMEA su dati Istat; *provvisorio



IMPORTAZIONI ITALIANE DI VINO: PRINCIPALI FORNITORI



	Ettolitri			Migliaia di euro		
	2017	2018	Var.%	2017	2018	Var.%
Francia	207.629	211.639	1,9%	193.273	212.098	9,7%
Spagna	1.453.478	1.497.064	3,0%	67.112	90.050	34,2%
Portogallo	23.532	23.338	-0,8%	6.333	6.348	0,2%
Germania	43.820	20.958	-52,2%	9.402	5.910	-37,1%
Sudafrica	58.603	98.868	68,7%	2.420	4.707	94,5%
Austria	15.984	22.912	43,3%	2.455	3.464	41,1%
Regno Unito	1.542	64.318	4071,9%	1.855	3.161	70,4%
Ungheria	29.319	40.134	36,9%	2.386	2.753	15,4%
Stati Uniti	110.286	823	-99,3%	13.687	2.231	-83,7%
Slovenia	9.194	13.088	42,3%	1.691	2.048	21,1%
Cile	3.631	4.023	10,8%	907	1.266	39,6%
Argentina	2.379	3.554	49,4%	853	1.149	34,6%
Paesi Bassi	3.394	474	-86,0%	3.016	1.073	-64,4%
Australia	93.768	3.255	-96,5%	9.399	562	-94,0%
Altri	23.645	34.333	45,2%	7.472	8.419	12,7%
Mondo	2.080.206	2.038.780	-2,0%	322.262	345.238	7,1%

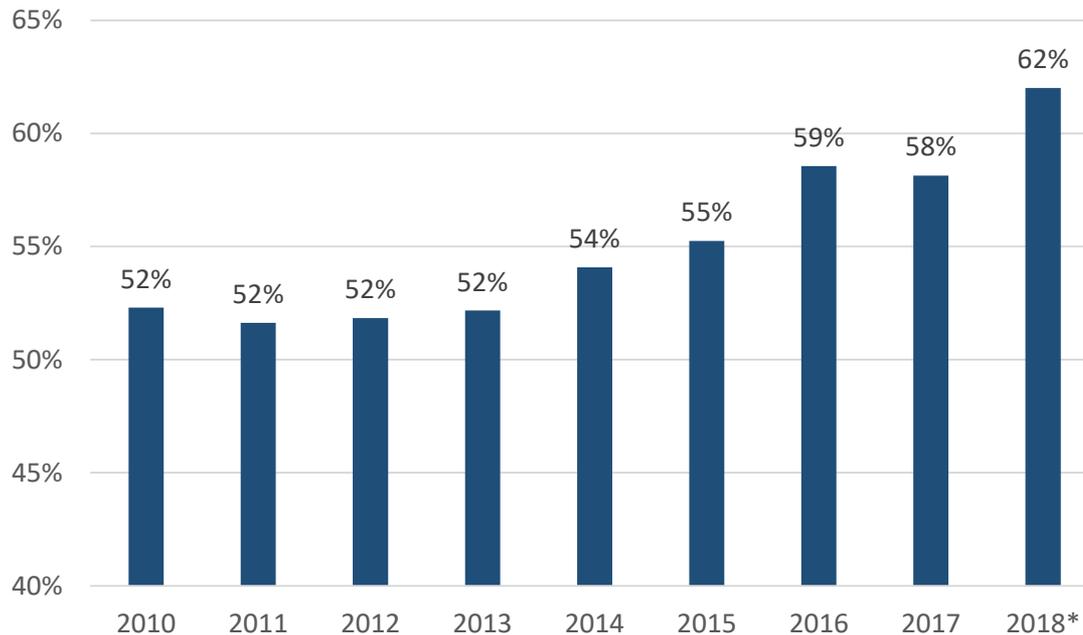
Fonte: ISMEA su dati Istat



IL CONTRIBUTO DELLE DOP ALL'EXPORT



Peso delle DOP sul valore totale delle esportazioni



- ✓ **62%** quota record del valore delle esportazioni delle DOP sul totale delle esportazioni di vino
- ✓ Nel 2018 è rilevato un ulteriore aumento dopo un biennio di consolidamento grazie alle nuove DOP

* provvisorio

Fonte: Ismea su dati ISTAT





5

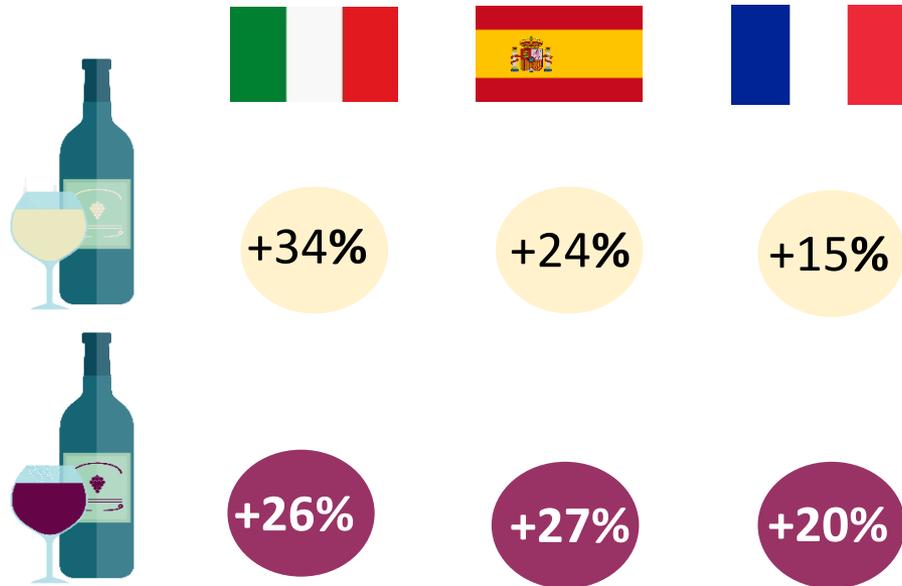
I Prezzi alla produzione



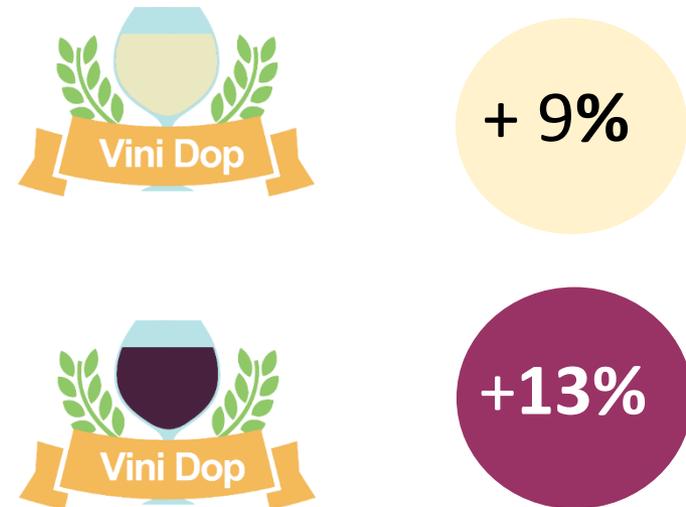
IL PUNTO SUL MERCATO: 2018 vs 2017



VARIAZIONE DEI PREZZI
DEI VINI COMUNI
2018 A CONFRONTO **PER
PAESE E COLORE**



VARIAZIONE DEI PREZZI DEI
VINI DOP **ITALIANI**
A CONFRONTO PER **COLORE**



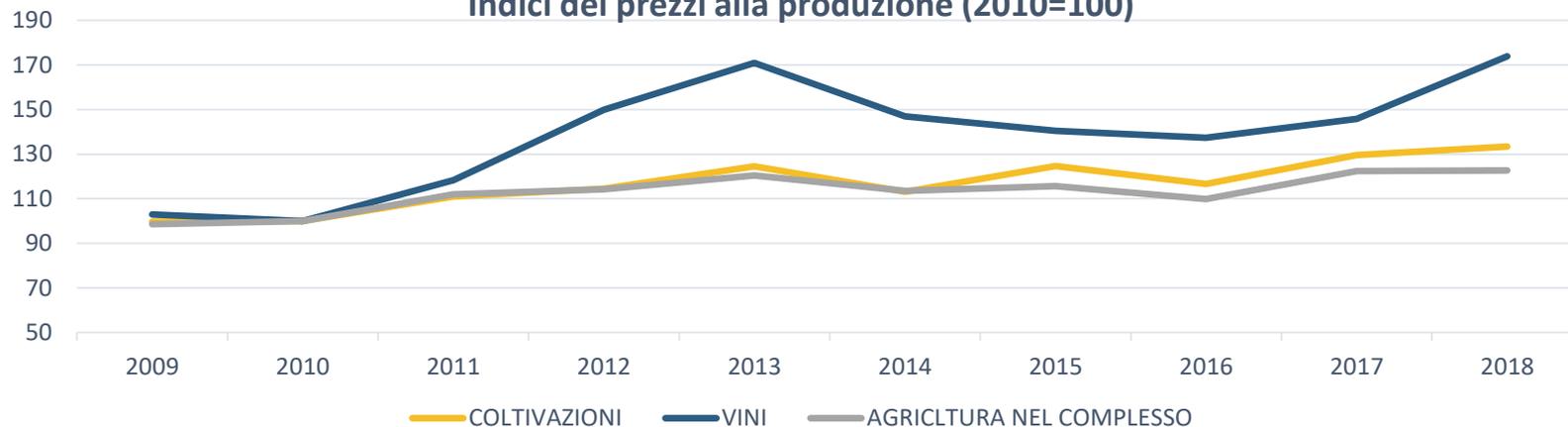
Il segmento delle Dop, grazie al plus della qualità e dell'origine italiana sui mercati internazionali, è riuscito a migliorare le sue performance commerciali.



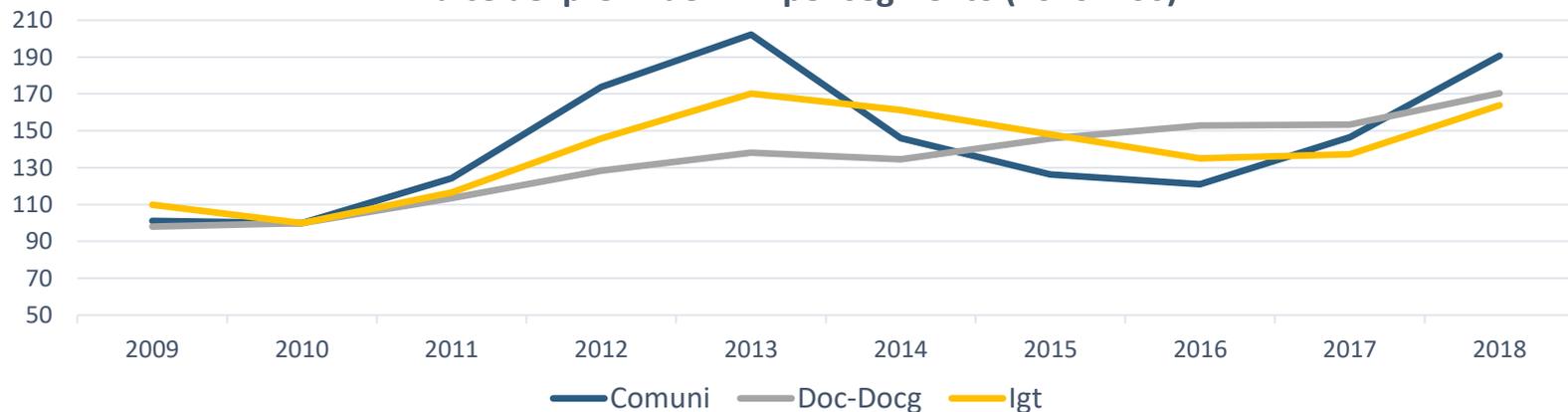
L'INDICE DEI PREZZI ALLA PRODUZIONE



Indici dei prezzi alla produzione (2010=100)



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



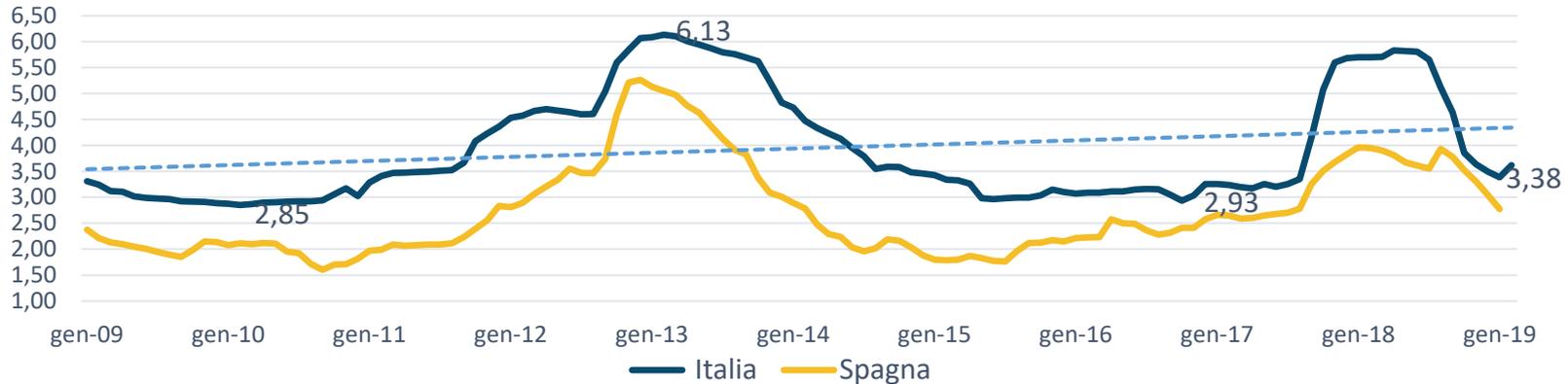
Negli ultimi dieci anni il vino ha registrato una crescita dei listini superiore alla media rispetto alla media del settore agricolo. All'interno del settore vino i «vini comuni» hanno avuto le oscillazioni maggiori, subendo una maggior competitività di mercato, mentre i vini Doc-Docg hanno registrato una costante crescita. Il segmento delle Dop, grazie al plus della qualità e dell'origine italiana sui mercati internazionali, è riuscito a migliorare le sue performance commerciali.



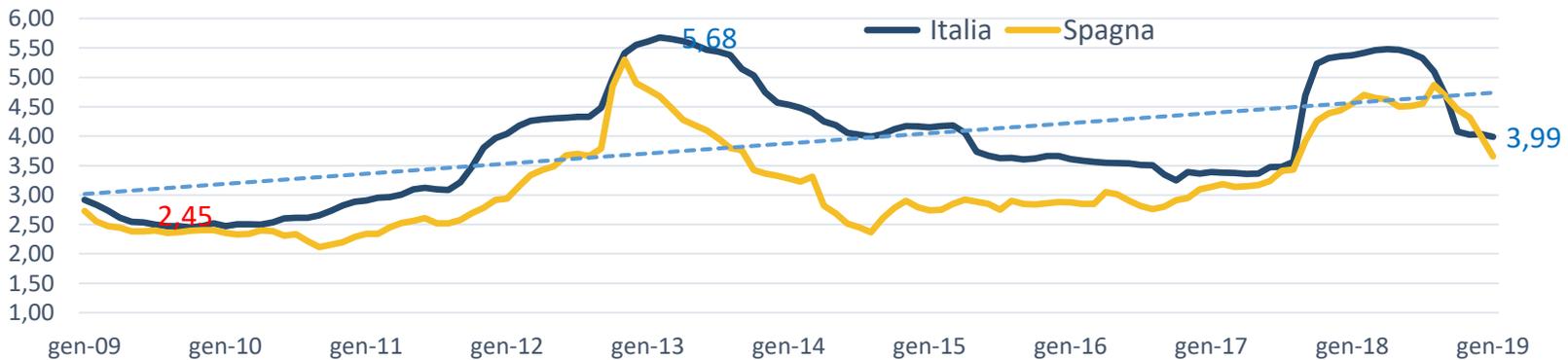
I PREZZI INTERNAZIONALI DEI VINI (I)



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



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



Fonte: Ismea su dati Istat

La produzione decisamente importante della campagna 2018/2019 sta avendo ripercussioni negative sui listini alla produzione dei vini comuni. I bianchi sono poco al di sopra dei livelli di 10 anni fa

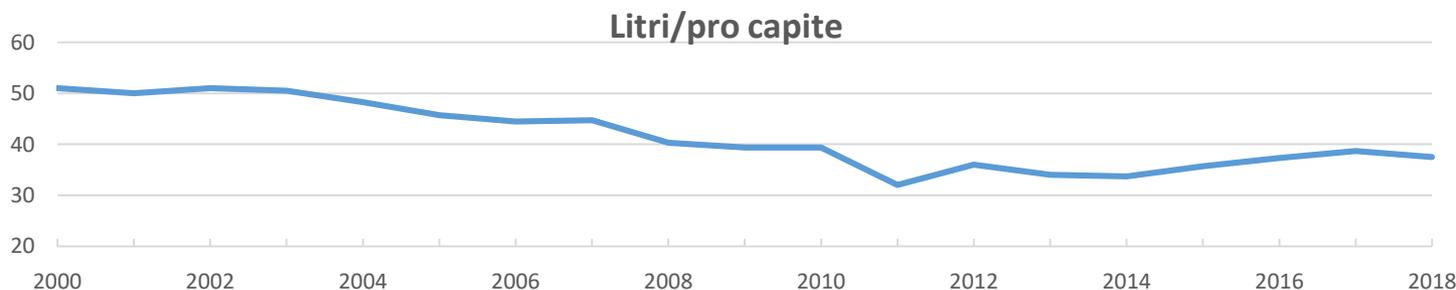
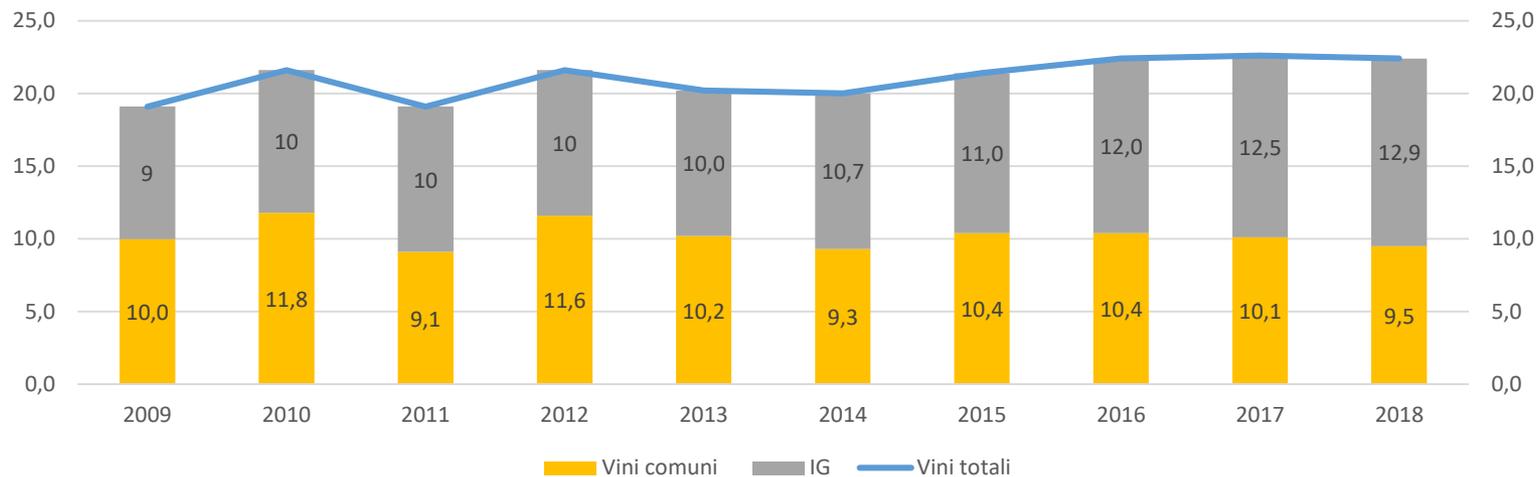


6

Il Consumo interno



I CONSUMI TOTALI DI VINO IN ITALIA



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

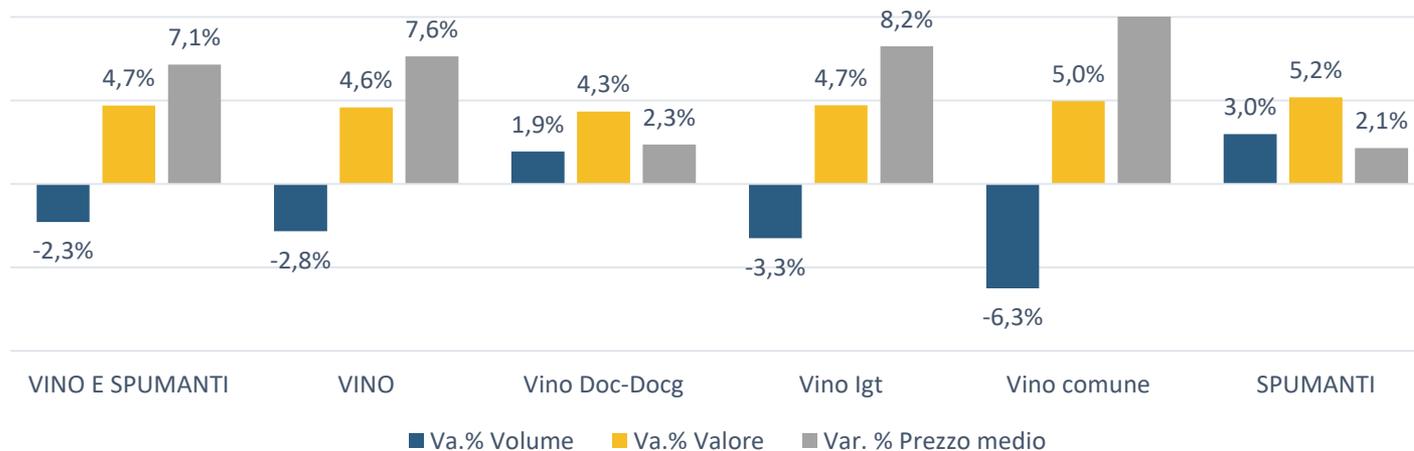
Il mercato nazionale, dopo una lunga fase di contrazione, è tornato a stabilizzarsi. Nel frattempo, però, sono mutati gli stili di vita e di consumo del vino portando a radicali cambiamenti nel paniere della domanda, sempre più orientata al segmento dei vini IG con un deciso ridimensionamento dei vini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



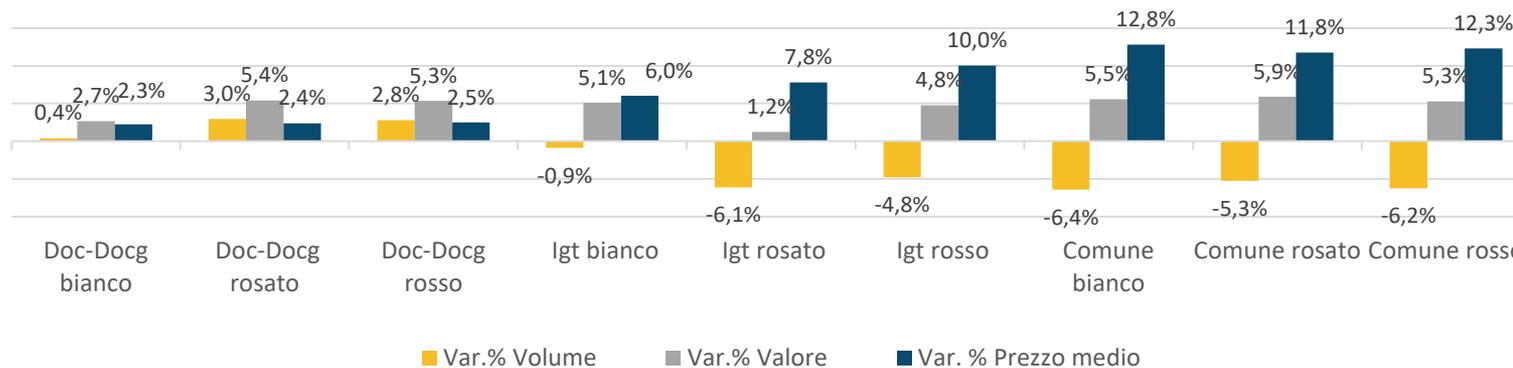
GLI ACQUISTI PRESSO LA GDO: 2018 vs 2017



Il vino nella GDO: confronto 2018/2017



I diversi segmenti di vino nella GDO: confronto 2018/2017



Fonte: Ismea/ Nielsen BD MTS



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.

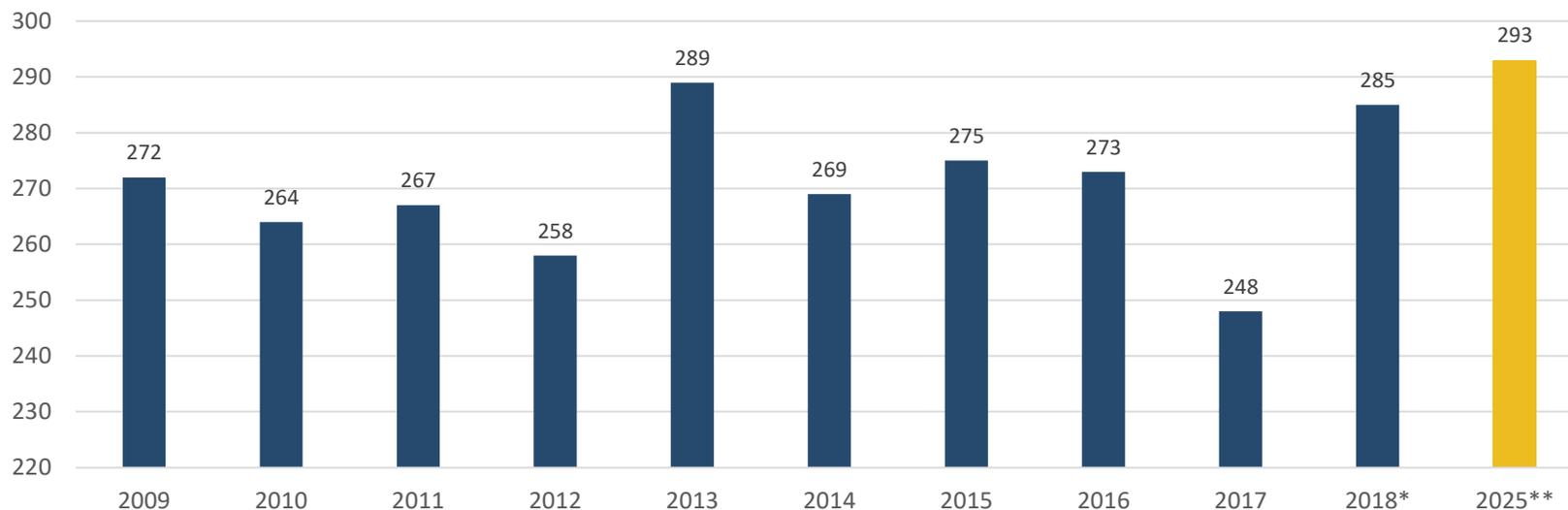
Il tendenziale calo dei consumi interni, parallelamente al deciso aumento della domanda statunitense ha fatto scivolare l'Italia al terzo posto tra i Paesi consumatori.



LA PRODUZIONE MONDIALE



Produzione mondiale di vino (milioni di ettolitri)



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

✓ 2018: +15% sulla scarsa produzione 2017

- + 27% UE
- +29% Italia
- +38% Francia
- +26% Spagna
- + 6% Nuovo Mondo

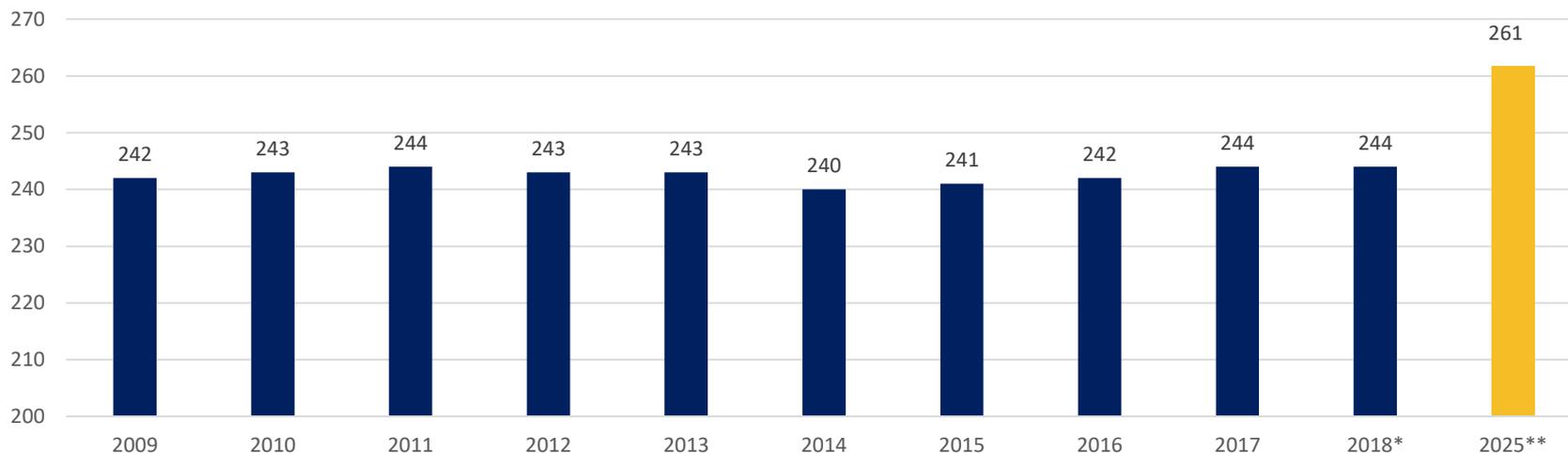
✓ Anche nel 2018 l'Italia si conferma il **primo produttore mondiale** di vino



I CONSUMI MONDIALI



Consumo mondiali di vino (milioni di ettolitri)



Fonte: Ismea su dati OIV; *Provvisorio; **Previsione: Ismea su Modello Anderson, 2018

Nel 2018 i consumi mondiali confermano la leggera ripresa osservata già nel 2016 che ha interrotto una tendenza flessiva in atto dalla crisi economica iniziata nel 2008.

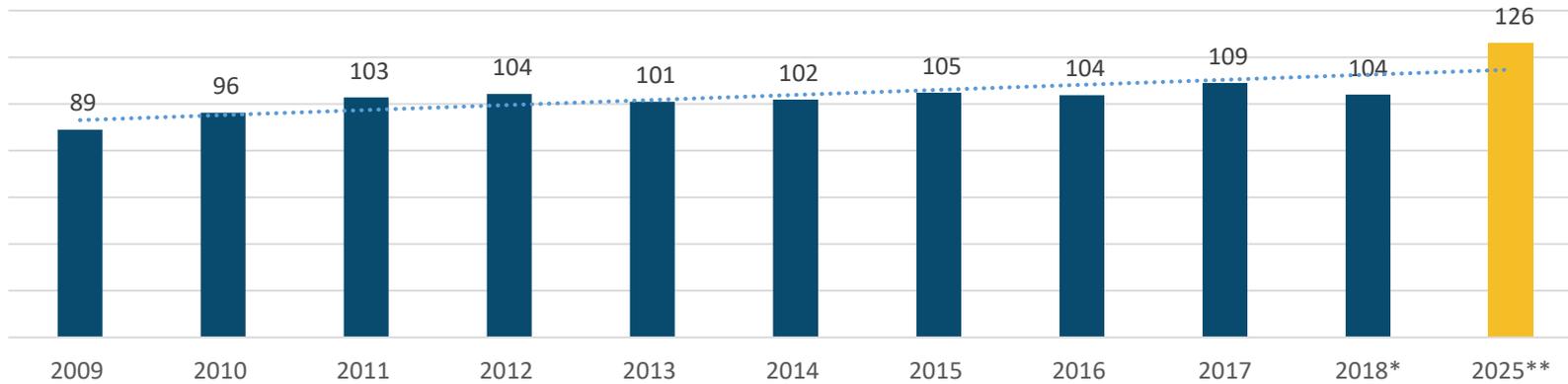
Nel frattempo è cambiata la geografia dei consumi, con gli Usa che sono diventati il primo consumatore mondiale. Si stima che negli Stati Uniti i millenials (giovani nati a cavallo degli anni novanta) stiano consumando più vino di tutte quelle precedenti con gusti, modalità ed esigenze sconosciute ai loro predecessori.



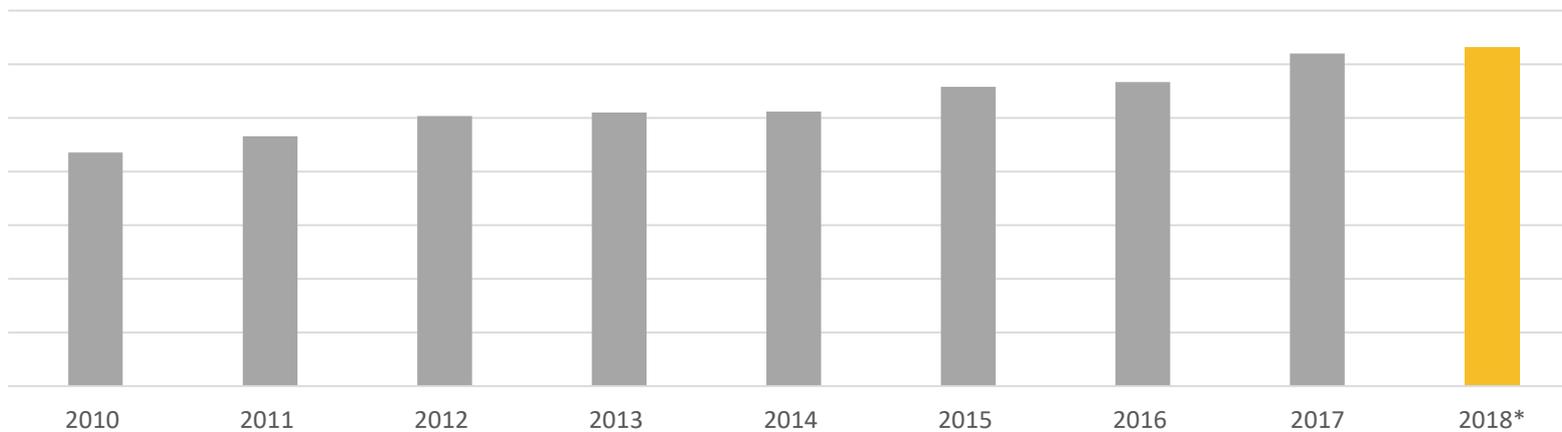
GLI SCAMBI MONDIALI DI VINO



Esportazioni mondiali di vino (mln hl)



Esportazioni mondiali di vino (mld €)

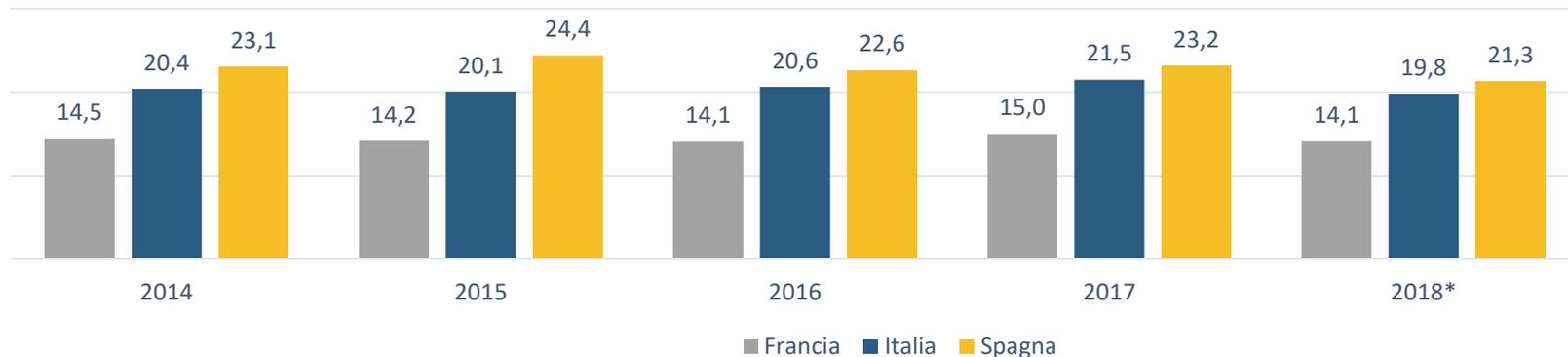


Fonte: Ismea su dati OIV; *Provvisorio a marzo 2018; **previsione: Ismea su Modello Anderson, 2018

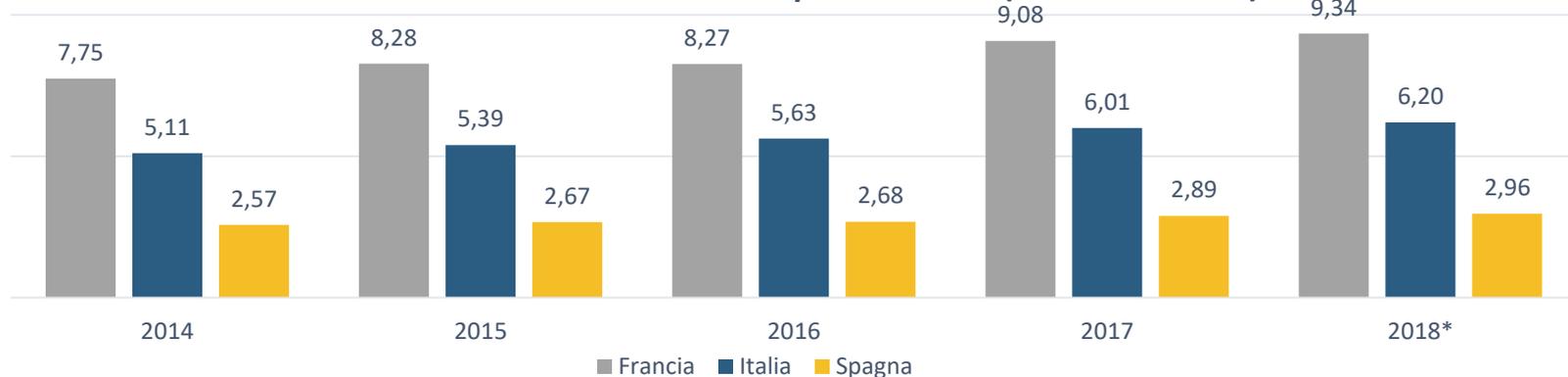
L'EXPORT DEI PRINCIPALI COMPETITOR MONDIALI



Italia e Francia: Esportazioni in volume (mln hl)



Italia e Francia: Esportazioni in (Miliardi di euro)



Fonte: Ismea su dati IHS/Gta e OIV

Nel 2018 la Francia ha superato i 9 miliardi di ettolitri mettendo a segno una progressione del 2,8%. **L'Italia** ha superato nuovamente i 6 miliardi di euro (+3,3%), mentre la Spagna è restata sotto la soglia dei 3 miliardi di euro (+2,5%). Cali in volume, invece, per i tre principali competitor mondiali

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.





8

I dati dell'OCM vino

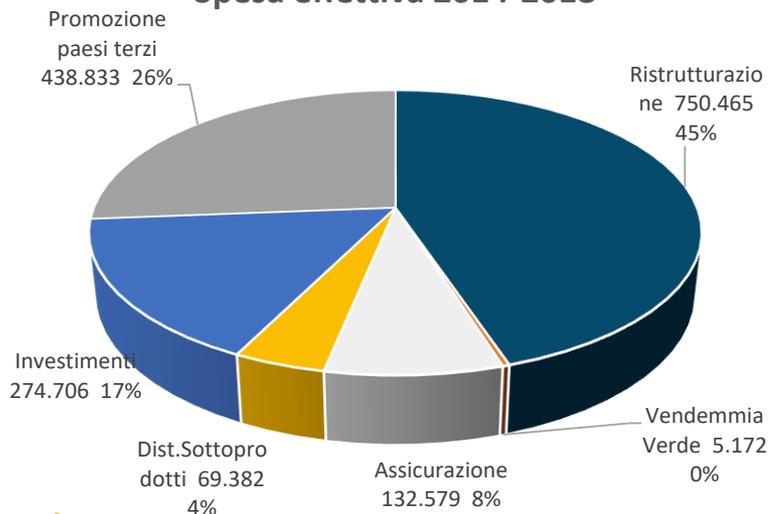


LA SPESA OCM VINO PER MISURA (MIGLIAIA DI EURO)

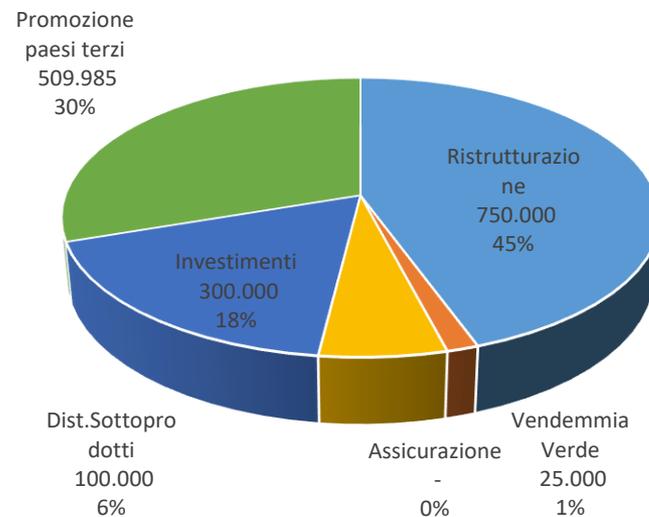


	Ristrutturazio ne	Vendemmia Verde	Assicurazione	Dist.Sottopro dotti	Investimenti	Promozione paesi terzi	Totale
2014	161.285	863	30.307	11.031	51.449	81.999	336.935
2015	164.066	904	20.011	12.032	47.610	92.058	336.680
2016	159.259	1.394	20.000	16.519	45.330	94.176	336.677
2017	146.459	1.194	26.437	17.928	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



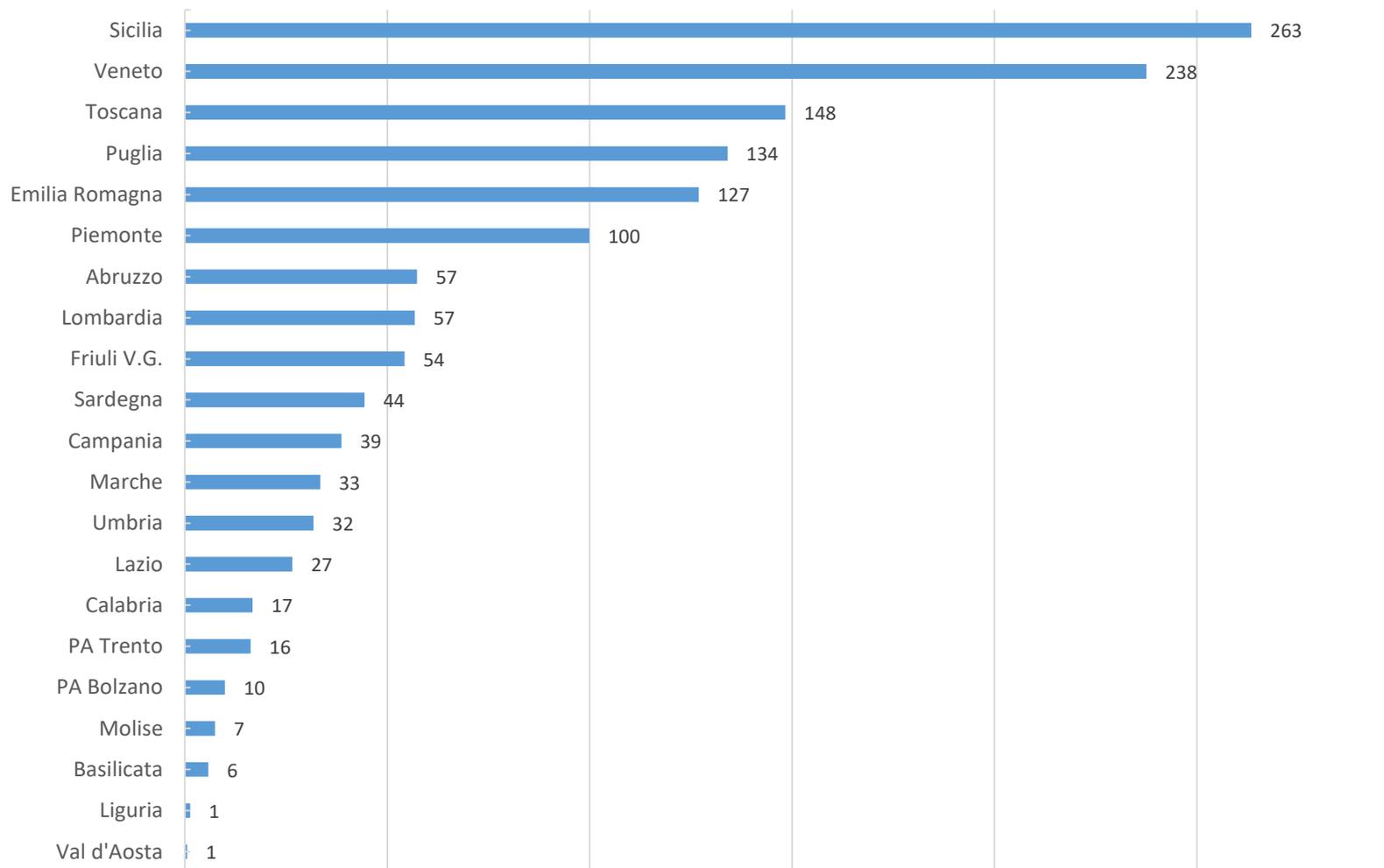
Spesa programmata 2019-2023



LA SPESA OCM VINO PER REGIONE – MEDIA 2014-2018



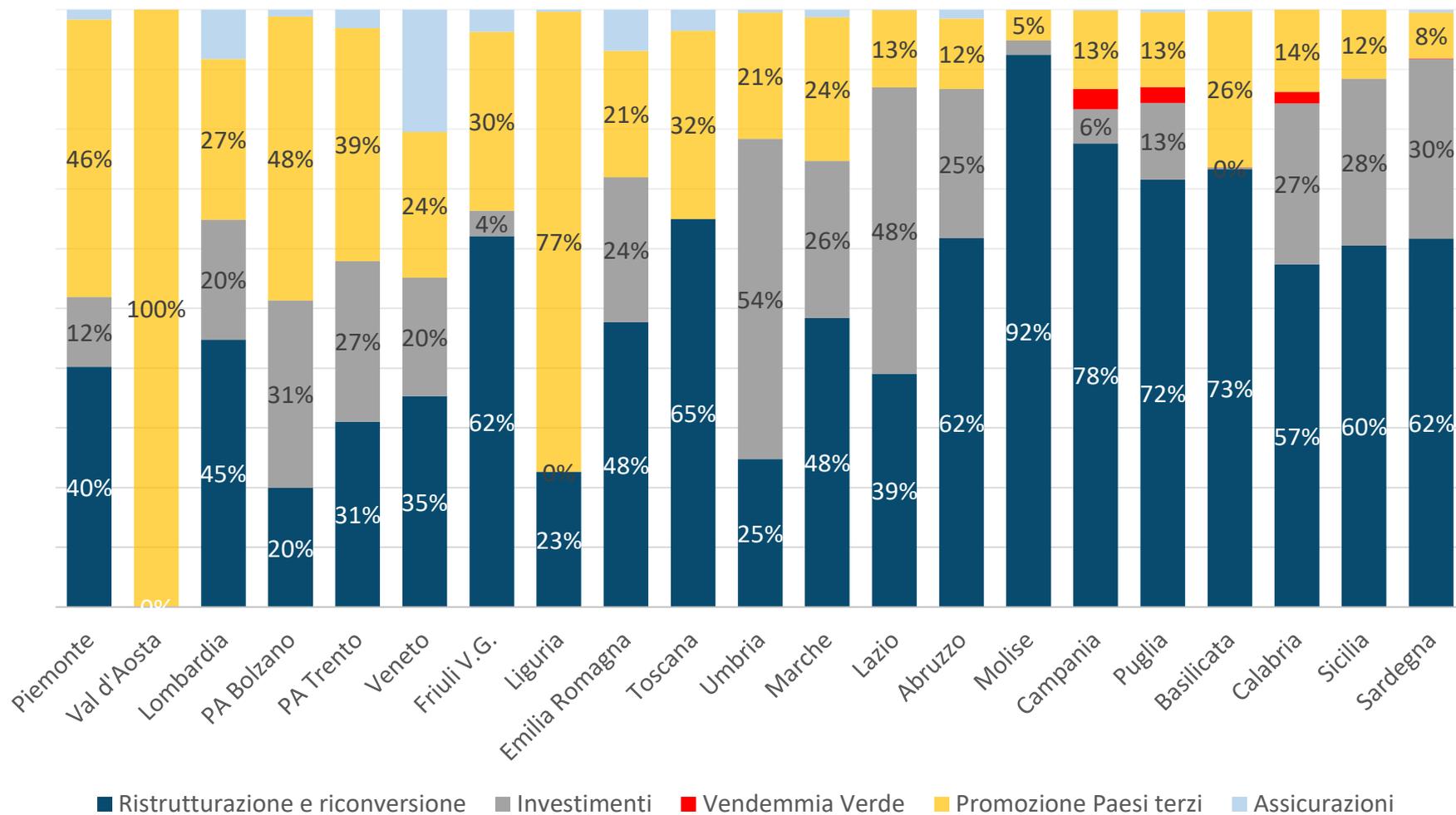
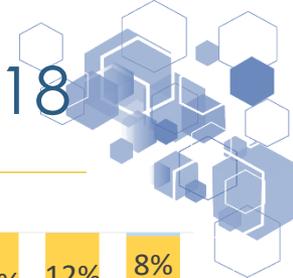
Milioni di euro



Fonte: Ismea su dati Agea e Mipaaff



LA SPESA DELLE REGIONI PER MISURA – MEDIA 2014-2018

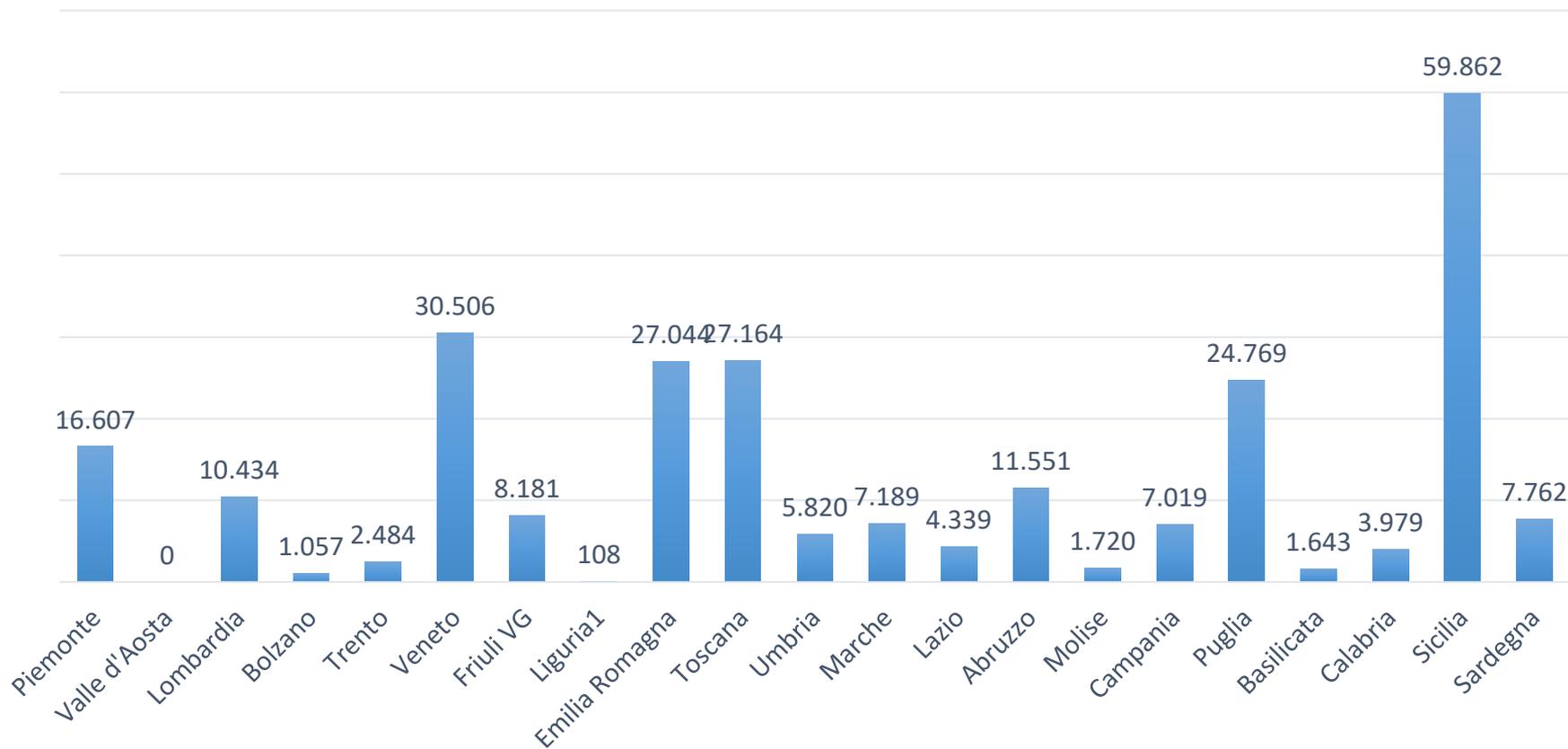


LA MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE



IN 18 ANNI DI ATTIVAZIONE DELLA MISURA SONO STATI RISTRUTTURATI IN ITALIA 259 ETTARI, PARI AL 40% DELLA SUPERFICIE ATTUALMENTE A INVENTARIO

Totale superficie ristrutturata per regione (ettari)





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:

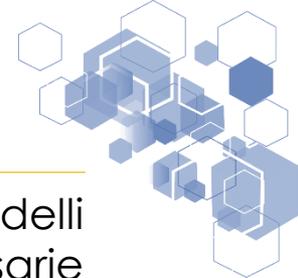
- **Filiera dei vini alto/altissimo prezzo**
- **Filiera vini prezzo medio**
- **Filiera vini economici**



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: - Buyer Gdo per prodotti a marchio - Grandi imbottiglieri - 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

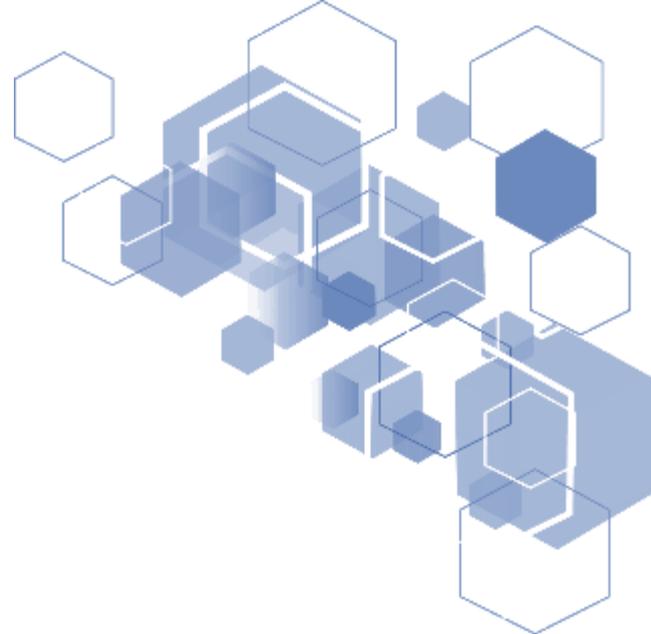


La nuova PAC che prenderà forma a partire da questa primavera affiderà più libertà e responsabilità agli Stati Membri.

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

068556855

