

LO SCENARIO ATTUALE DEL SETTORE VINO E LE PREVISIONI DI MEDIO TERMINE

Tiziana Sarnari
Verona 8 aprile 2019

2018: i dati

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



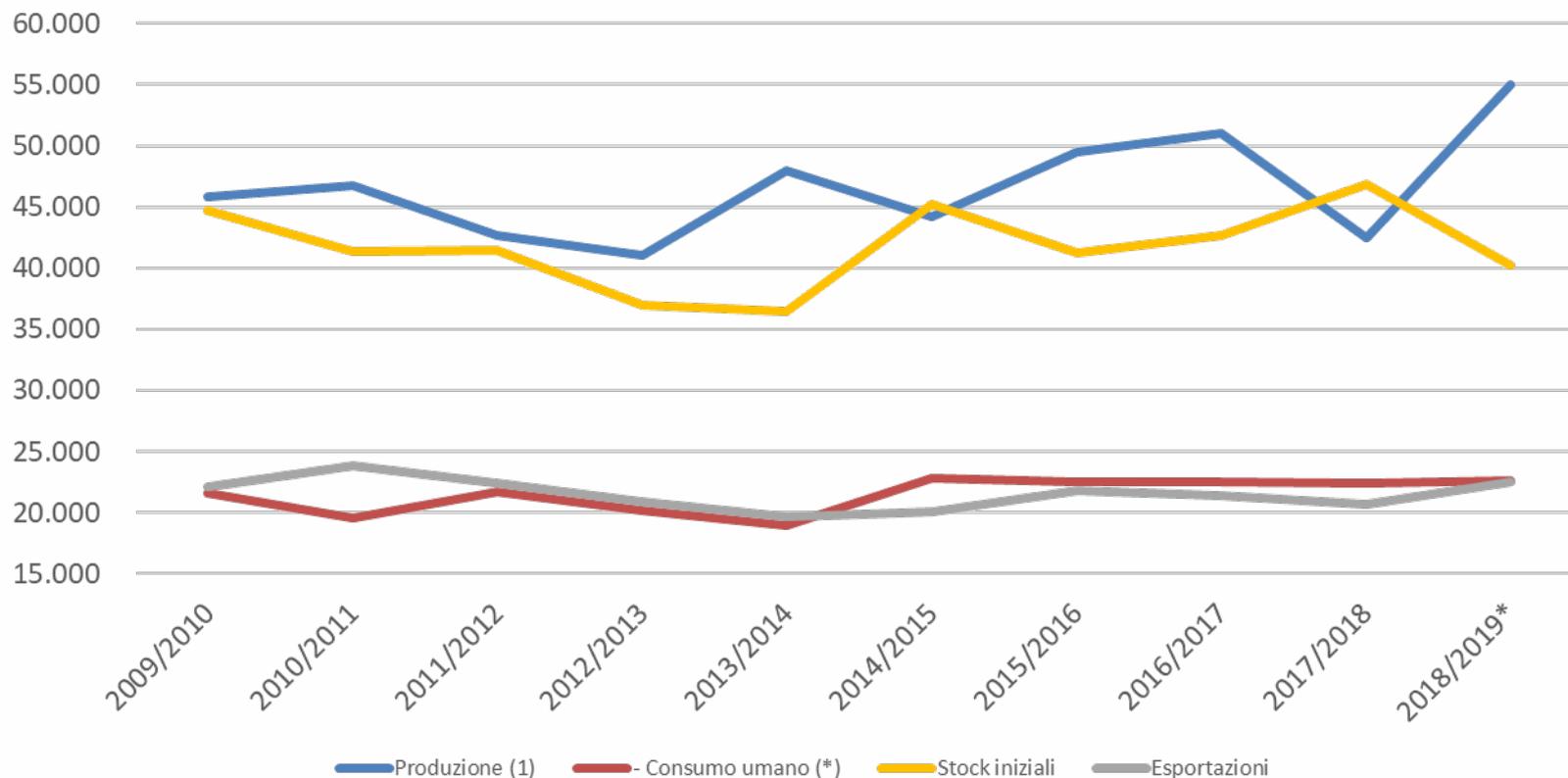
+4,8% vini
+5,4% spumanti
LE VENDITE IN VALORE
ALLA GDO



6,2 mld € di export per
circa 20 mln hl nel 2018

La storia degli ultimi 10 anni

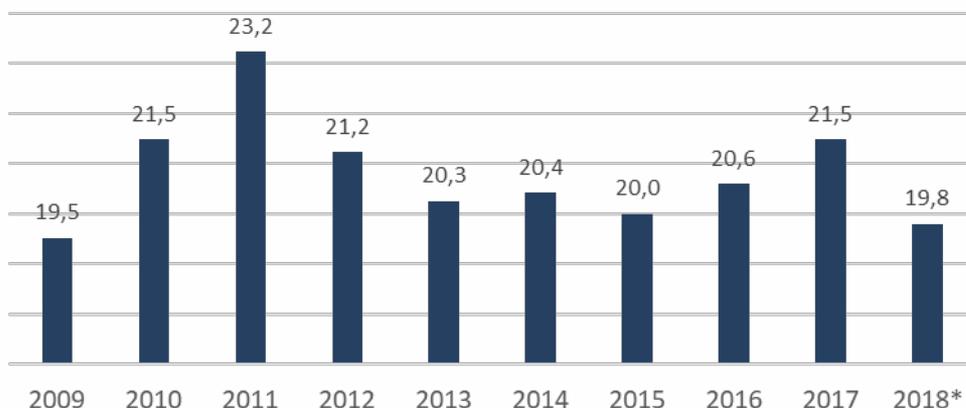
Evoluzioni delle principali variabili del settore (migliaia di ettolitri)



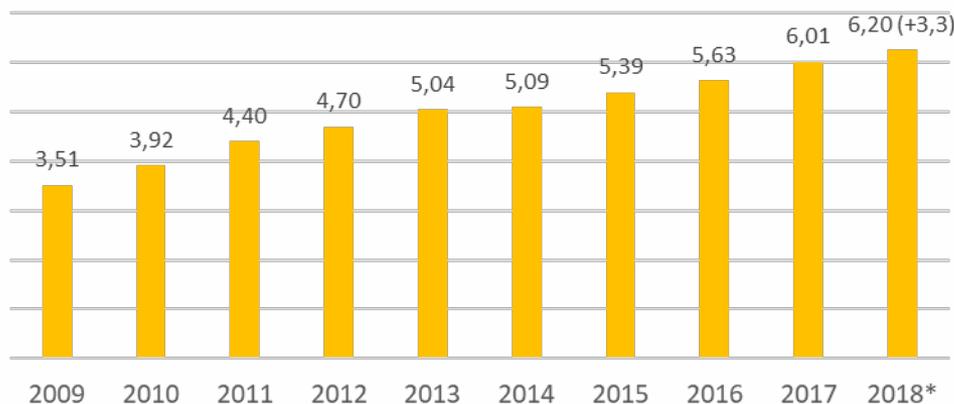
Fonte: RRN/ISMEA, da bilanci di approvvigionamento. *Stima

Export..una strada obbligata per il vino italiano

Esportazioni italiane in volume (mln hl)



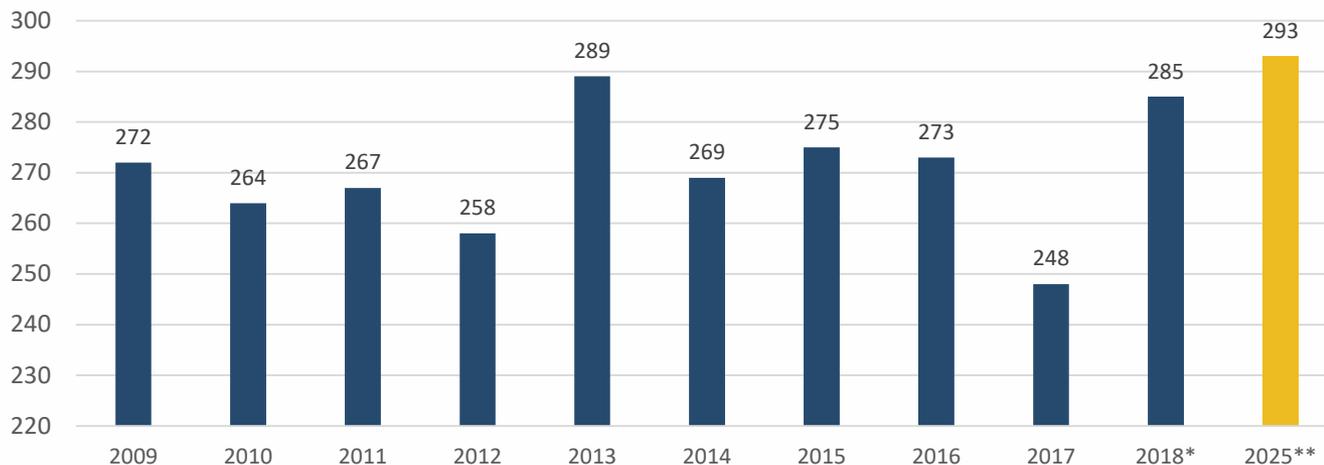
Esportazioni italiane in valore (mld euro)



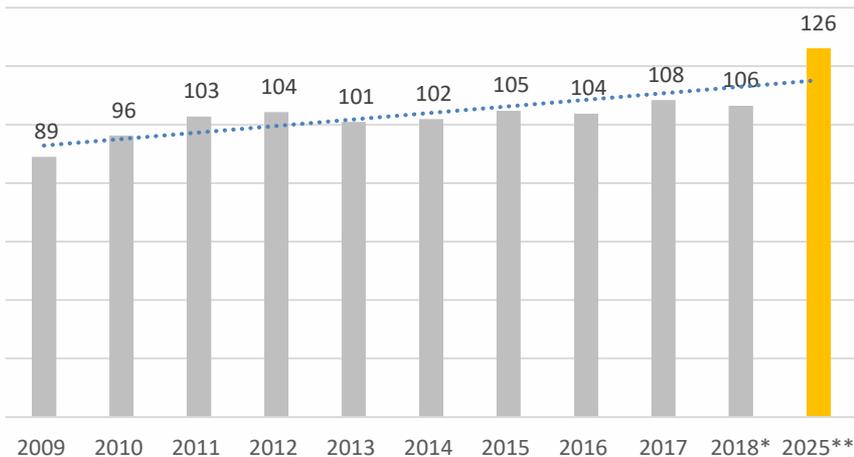
- ✓ Le esportazioni di vino sono passate da **3,5 a 6,2 miliardi di euro**. **41,7 miliardi euro** il valore totale dell'agroalimentare
- ✓ **+76% la crescita** del valore dell'export del vino dal 2009 al 2018.
- ✓ **15%** la quota di export del vino sul totale agroalimentare. **9%** la quota dell'agroalimentare sull'export totale italiano.
- ✓ **62%** quota record del valore delle esportazioni delle DOP sul totale delle esportazioni di vino
- ✓ Dal 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 (+71%) rispetto a quelli comunitari (+49%)

Il futuro prossimo: proiezioni al 2025

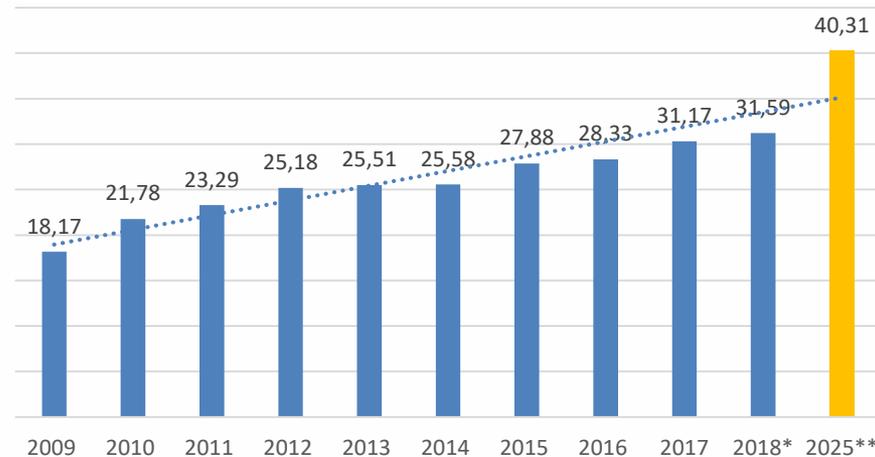
Produzione mondiale di vino (mln hl)



Esportazioni mondiali di vino (mln hl)



Esportazioni mondiali di vino (mld €)



*provvisorio; **previsione Fonte: Elaborazioni RRN/ISMEA su modello Anderson

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	Var. %	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%

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

Per maggiori informazioni:

«Il settore vitivinicolo alla sfida della Pac post-2020: complementarità degli interventi tra I e II pilastro e prospettive» <http://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10565>

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.

Come affrontare il mercato che verrà

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**

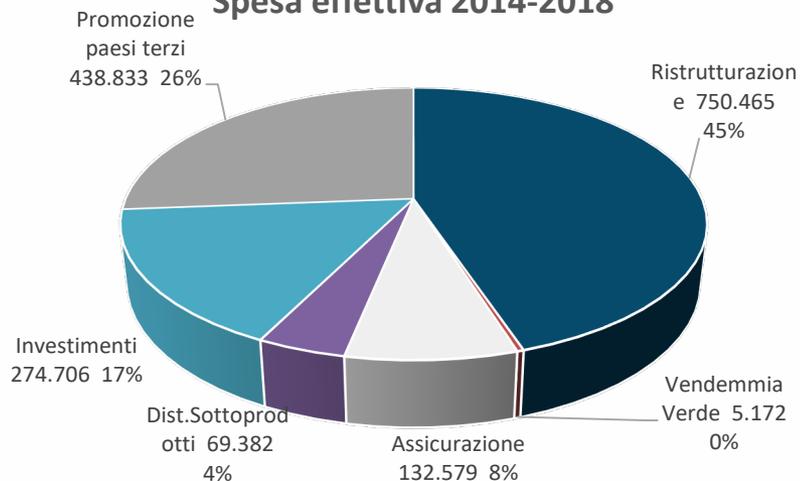


**Tutti di
alta qualità»!!!**

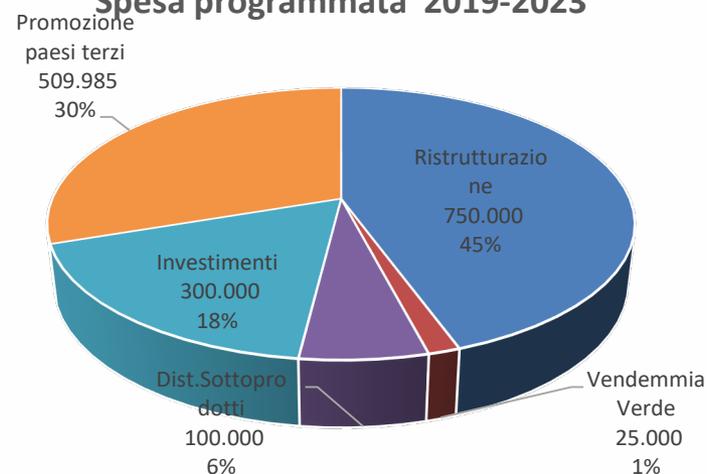
L'attuale politica del settore: l'OCM della competitività

	Ristrutturazione	Vendemmia Verde	Assicurazione	Dist. Sottoprodotti	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



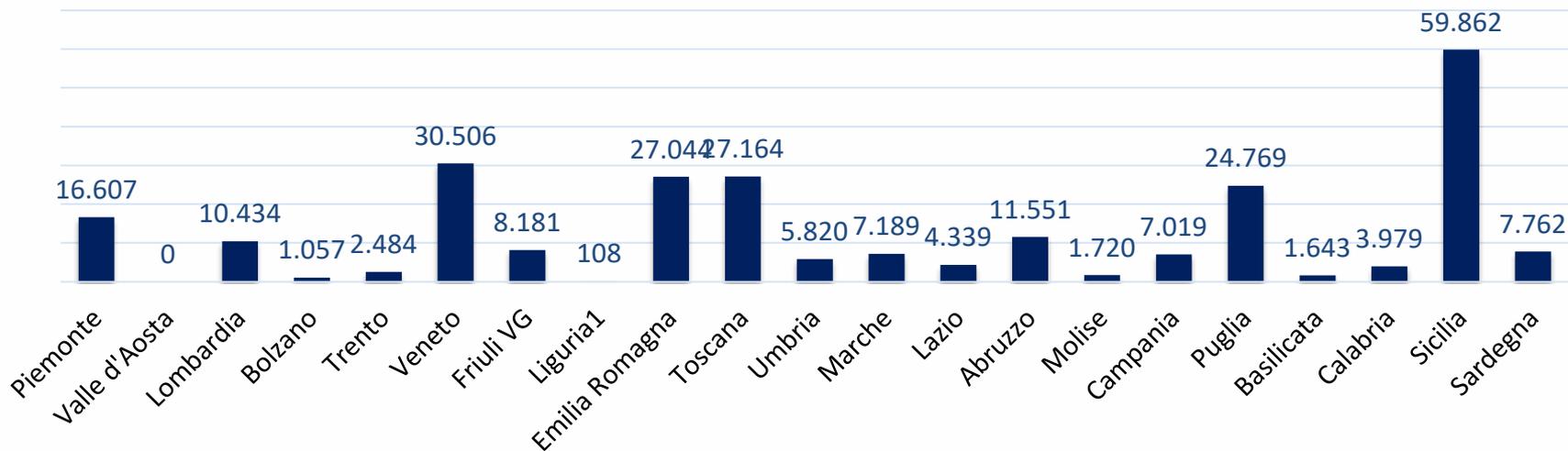
Spesa programmata 2019-2023



Ristrutturazione e Riconversione: la misura più gettonata

In 18 anni di attivazione della Misura sono stati ristrutturati in Italia 259 mila ettari, pari al 40% della superficie attualmente a inventario

Totale superficie ristrutturata per regione (ettari)



Fonte: RRN/ISMEA su dati AGEA e MIPAAF

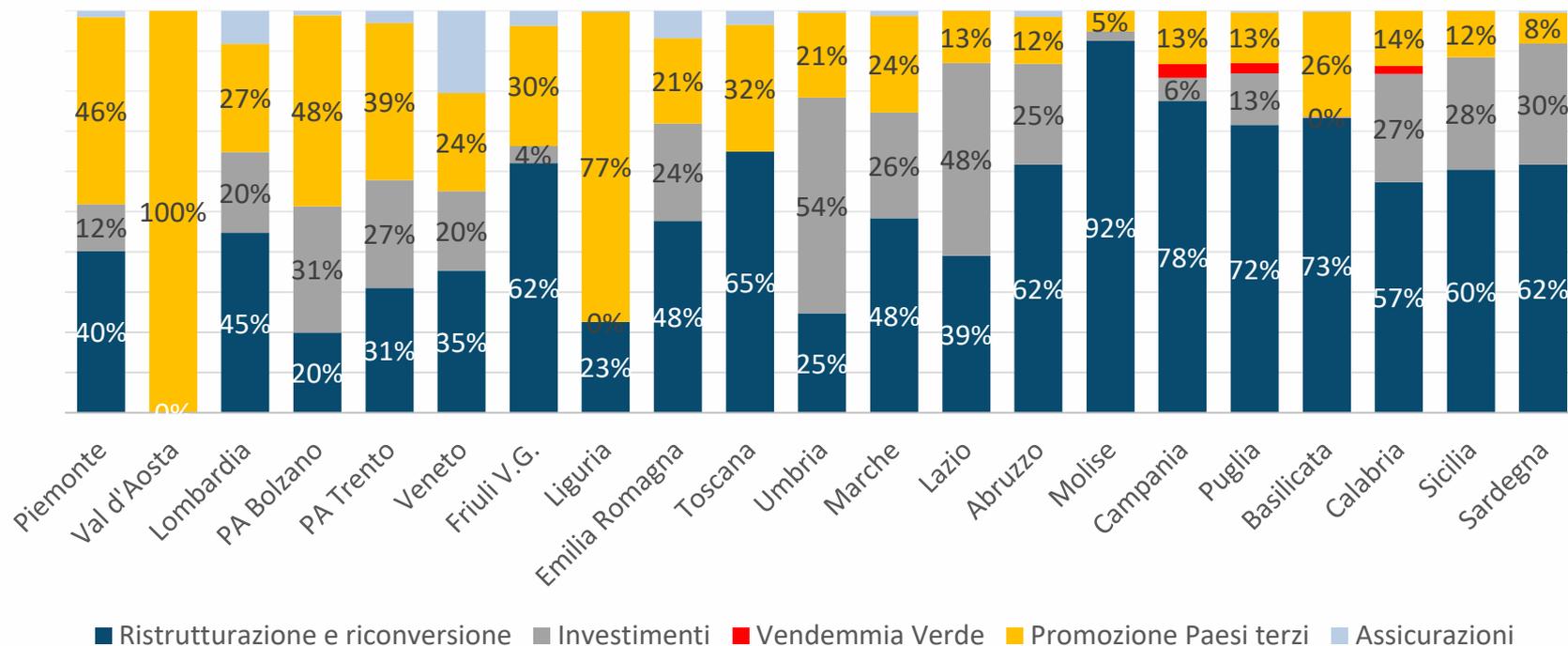
Cosa resta da fare?

e

Come?

La scelta delle regioni

Ripartizione % della spesa regionale per misura: media 2014-2018



La ripartizione della spesa tra le misure OCM, media 2014-2018, è il risultato di esigenze diverse tra le regioni e anche di scelte diverse nell'utilizzo degli strumenti messi a disposizione dal 1° pilastro (OCM) e dal 2° PSR

DALLA DEMARCAZIONE....

Critero di demarcazione OCM-PSR- Misura Ristrutturazione e Riconversione	Regioni
Esclusività di sostegno (Misura finanziata esclusivamente con l'OCM vino)	Abruzzo, Basilicata, Bolzano, Calabria, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Trento, Umbria, Veneto
Esclusività di sostegno (Misura finanziata esclusivamente con il PSR fino al 2015)	Liguria
Misura non attivata	Valle D'Aosta

Critero di demarcazione OCM-PSR- Misura Investimenti	Regioni
Esclusività di sostegno (I beneficiari che intendono realizzare investimenti per produzione, trasformazione, confezionamento, conservazione, stoccaggio, commercializzazione dei prodotti vitivinicoli possono accedere solo alle misure previste dal Piano Nazionale di Sostegno previste dall'OCM)	Umbria, Marche
Dimensioni del finanziamento	Lombardia, Molise, Lazio
Demarcazione mista (soglia finanziaria e localizzazione interventi)	Sardegna e Campania
Demarcazione per soglia finanziaria e dimensione (fino al 2017, dal 2018 solo per soglia finanziaria)	Emilia Romagna
Demarcazione mista (soglia finanziaria ed esclusività del sostegno)	Abruzzo
Tipo di azione /operazione	Piemonte, Liguria, Bolzano, Trento, Friuli Venezia Giulia, Veneto, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia

Fonte: RRN/ISMEA su dati AGEA e MIPAAF

...ALLA COMPLEMENTARIETÀ

Soddisfazioni

- Performance internazionale positiva
- Mercato interno che appare stabilizzato dopo anni di flessioni
- Crescita numerica e di fatturato delle grandi imprese
- Casi di ottima performance in tutti i segmenti di mercato e dimensioni di impresa

Criticità

- 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
- Importazioni sono arrivate a livelli importanti, pur restando limitate in volume;
- Allarme sociale è crescente per l'impatto ambientale della produzione, mentre è insufficiente l'adesione a protocolli di sostenibilità.

Grazie dell'attenzione

Tiziana Sarnari
RRN/ISMEA
06855568555
t.sarnari@isMEA.it

Rete Rurale Nazionale

Autorità di gestione:

Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo

Via XX Settembre, 20 – Roma

www.reterurale.it - tw: @reterurale

www.facebook.com/reterurale