



SCHEDA DI SETTORE: VINO

Luglio 2021



«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. IL VALORE DELL'UVA: CALCOLO DEL RICAVO MEDIO

4. I VINI DOP E IGP

5. IL COMMERCIO ESTERO DELL'ITALIA

6. I PREZZI ALLA PRODUZIONE

7. IL CONSUMO INTERNO

8. IL CONTESTO INTERNAZIONALE E GLI SCENARI FUTURI

9. I DATI DELL'OCM VINO

10. ANALISI SWOT





1

Le caratteristiche della filiera



LA STRUTTURA DELL'ITALIA DEL VINO 2020



Struttura



13 Mld di €
FATTURATO
COMPLESSIVO



310 mila
N. IMPRESE VITICOLE



671 mila ha
LE SUPERFICI
INVESTITE



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

Offerta



49 Mln di hl
PRODUZIONE (+3%
rispetto al 2019)



49% IL PESO DELLE
IG CERTIFICATE
SULLA
PRODUZIONE



526 RICONOSCIMENTI
DOP e IGP
74 Docg
334 Doc
118 Igt

Domanda



40 litri
CONSUMI PRO
CAPITE

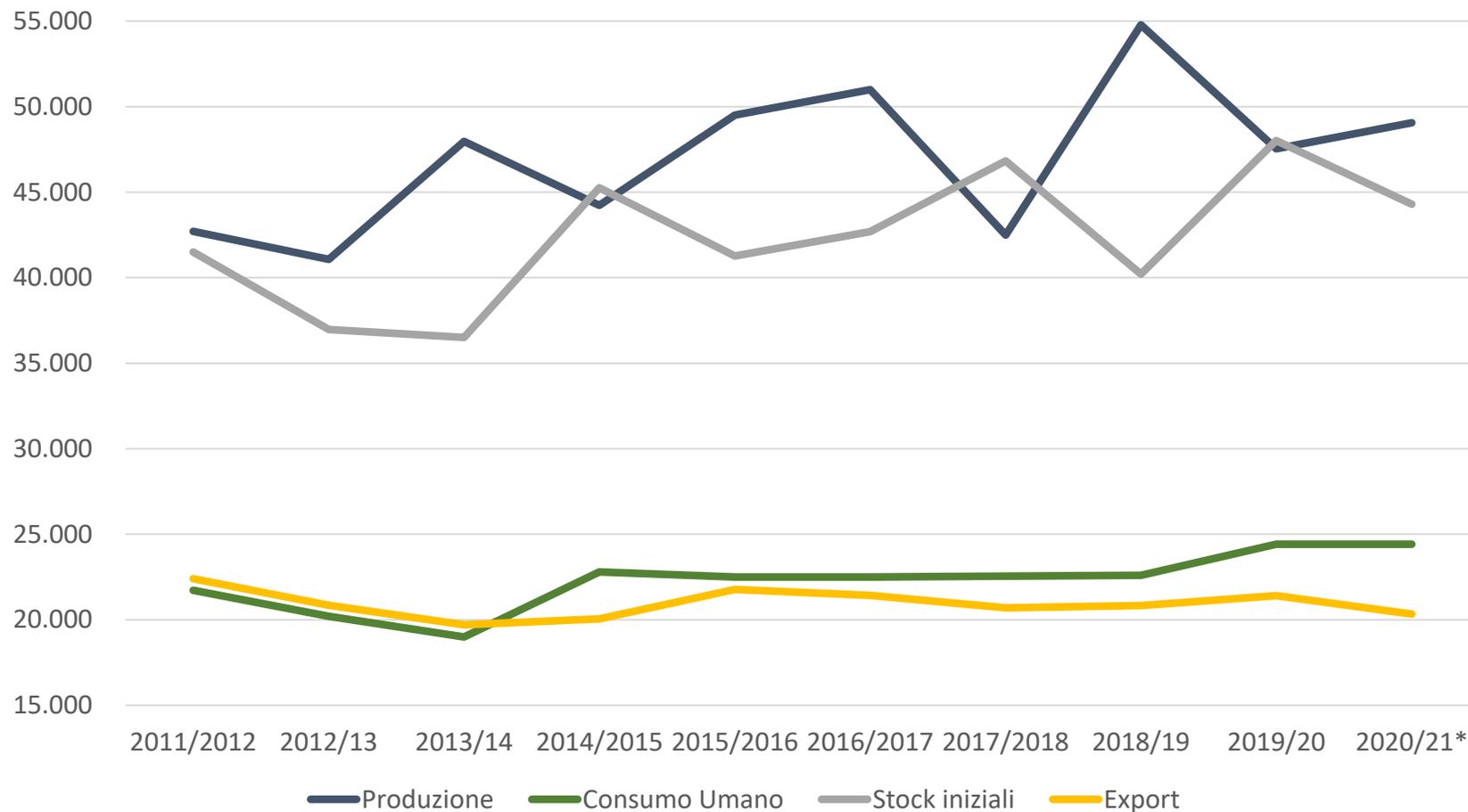


2020
+5% vini
+7% spumanti
LE VENDITE IN VALORE
ALLA GDO



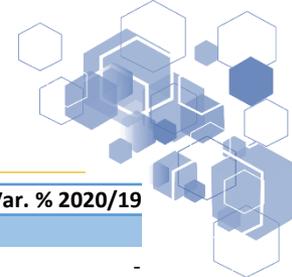
2020
6,3 mld € di export (-
2,3%) per circa
20,8 mln hl (-2,4%)

LE MACRO-VARIABILI DEL SETTORE VINO (ETTOLITRI)



Fonte: Ismea, da bilanci di approvvigionamento. *stima per export e consumo;

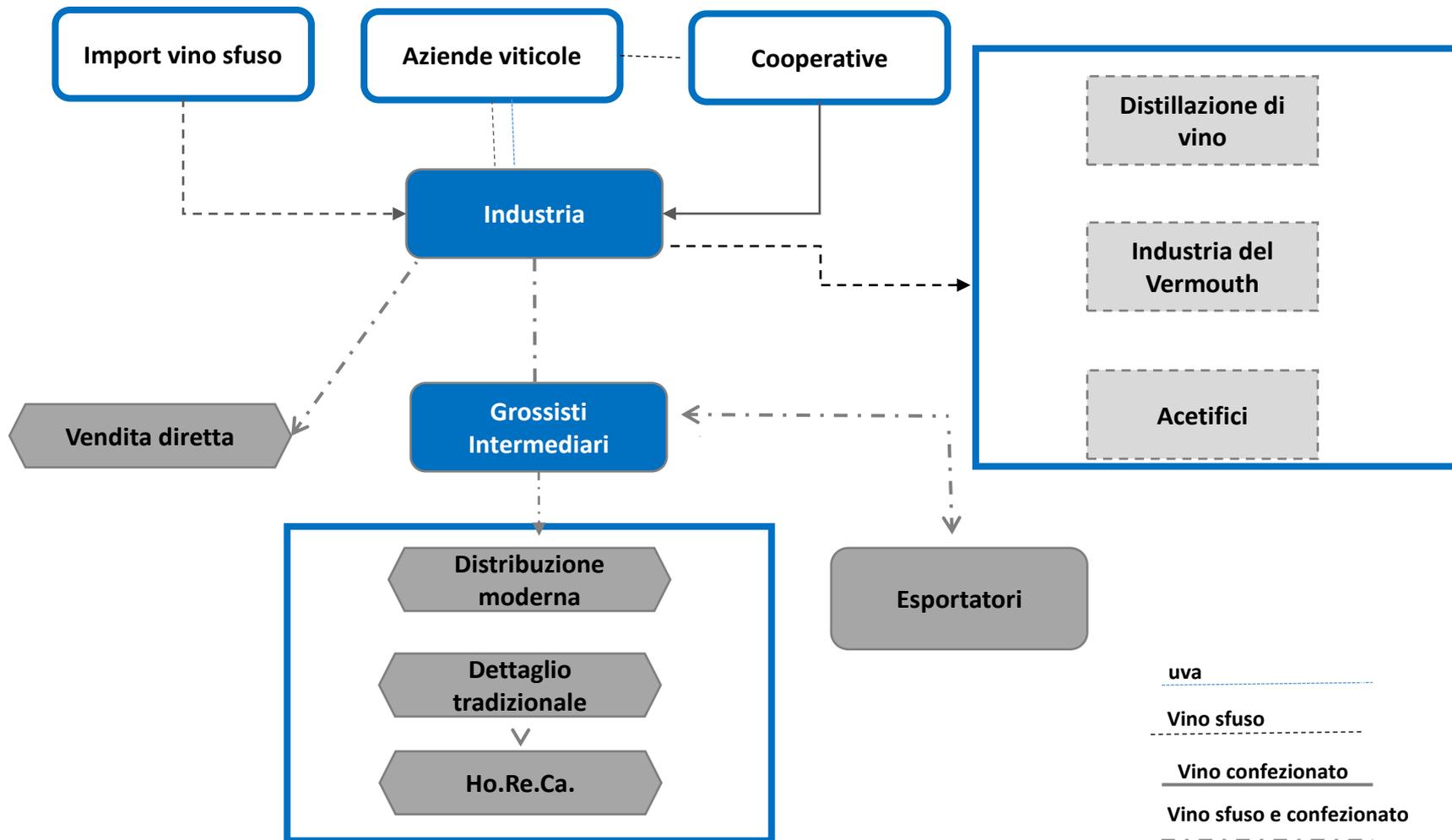
I NUMERI DELLA FILIERA



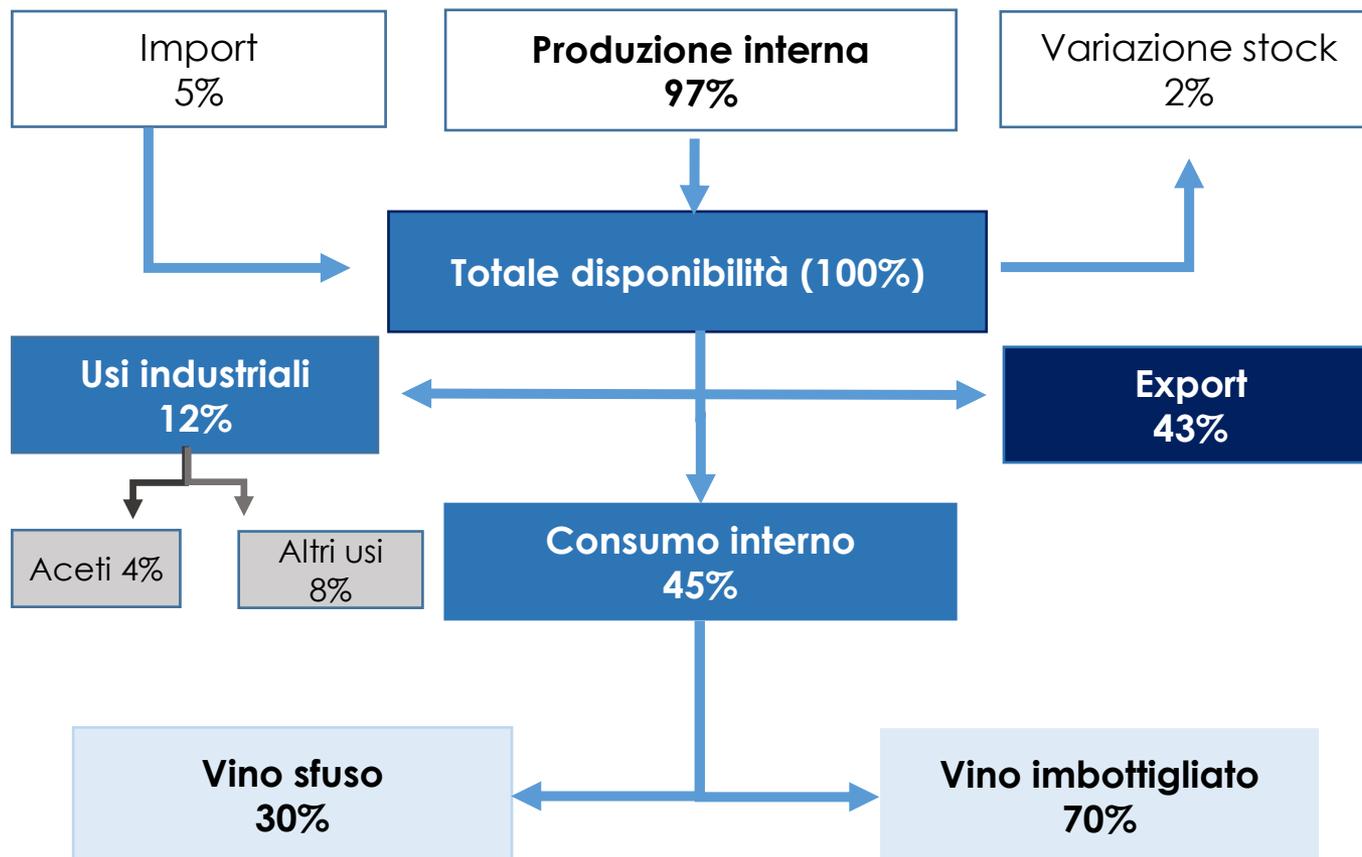
		2018	2019	2020	Var. % 2020/19
Struttura¹					
aziende agricole ¹	(n)	310.428	310.428	310.428	-
superficie ²	(ha)	657.708	666.421	671.139	0,7%
ha/azienda	(ha)	2,1	2,1	2,2	0,7%
aziende vinificatrici ²		45.730	45.631	45.631	0,0%
imprese industriali ³	(n)	1.807	1.807	1.807	-
addetti industria	(n)	13.124	13.124	13.124	-
Offerta					
produzione ²	(migliaia hl)	54.783	47.533	49.066	3,2%
giacenze ²	(% q.)	40.213	48.014	44.300	-7,7%
peso delle produzioni DOP		31%	34%	34%	0,0%
produzione/consumo	(% q.)	245%	210%	203%	-3,6%
fatturato industria ³	(milioni euro)	13.200	13.400	11.500	-14,2%
peso sul fatturato ind. Agroalimentare	(% v.)	10,0%	10,0%	10,0%	0,0%
quota di mercato prime quattro imprese	(% v.)	9,4%	9,5%	9,5%	0,0%
Scambi con l'estero⁵					
import ⁴	(milioni di euro)	351	333	300	-9,9%
import/consumi ⁸	(% in quantità)	9,1%	7,4%	7,2%	-2,6%
peso sul tot. agroalimentare ⁴	(% v)	0,8%	0,7%	0,7%	-5,0%
export ⁴	(milioni di euro)	6.236	6.432	6.285	-2,3%
peso sul tot. agroalimentare ⁴	(% v)	14,7%	14,4%	13,9%	-3,7%
export/produzione	(% in volume)	36,0%	45,4%	40,8%	-10,1%
Saldo ⁴	(milioni di euro)	5.885	6.099	5.985	-1,9%
saldo normalizzato	(% valore)	88,7%	89,6%	90,5%	0,9%
Domanda					
consumo totale apparente ⁵	(migliaia hl)	22.542	22.600	24.200	7,1%
consumo pro capite apparente ⁶	(litri)	37,60	37,4	40,1	7,3%
Mercato					
Indice dei prezzi alla produzione del vino ⁷	(100=2010)	173,8	145,4	145,1	-0,2%
- vini comuni	(100=2010)	190,7	134,1	146,8	9,5%
- vini Igt	(100=2010)	163,8	146,1	144,3	-1,2%
- vini Doc-Docg	(100=2010)	170,4	152,2	144,8	-4,9%

- 1) Istat, SPA 2013; 2) Agea stima; 3) stima su dati Federalimentare; 3) Dati da Bilancio di approvvigionamento; 4) Istat; 5) da bilancio di approvvigionamento)
 • 6) ottenuto come rapporto tra il consumo apparente e la popolazione Istat aggiornata a marzo 2021; 7)Ismea;

I PRINCIPALI ATTORI DELLA FILIERA



I FLUSSI DELLA FILIERA VINO



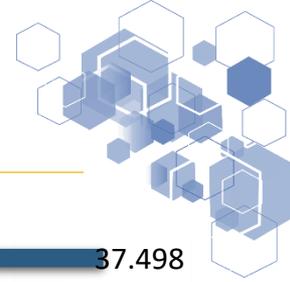


2

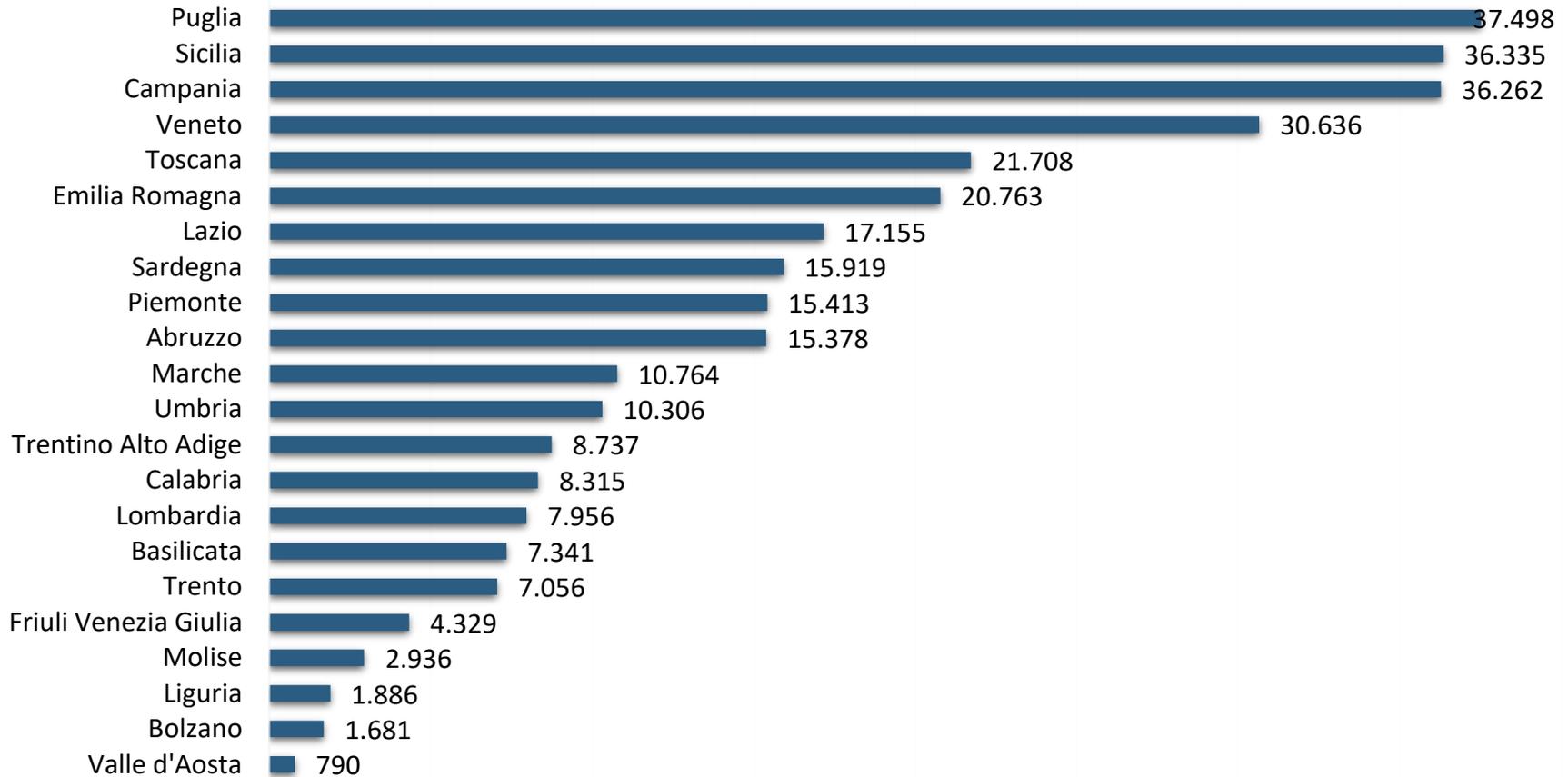
La struttura del settore



LE AZIENDE AGRICOLE

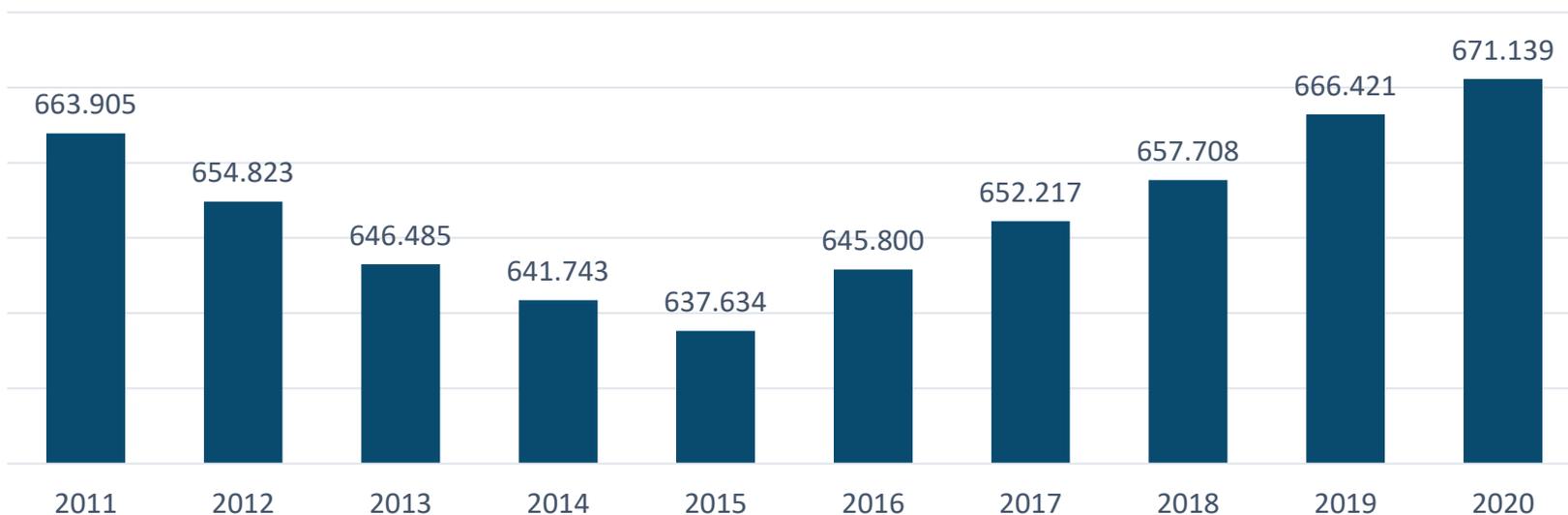


Numero



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.

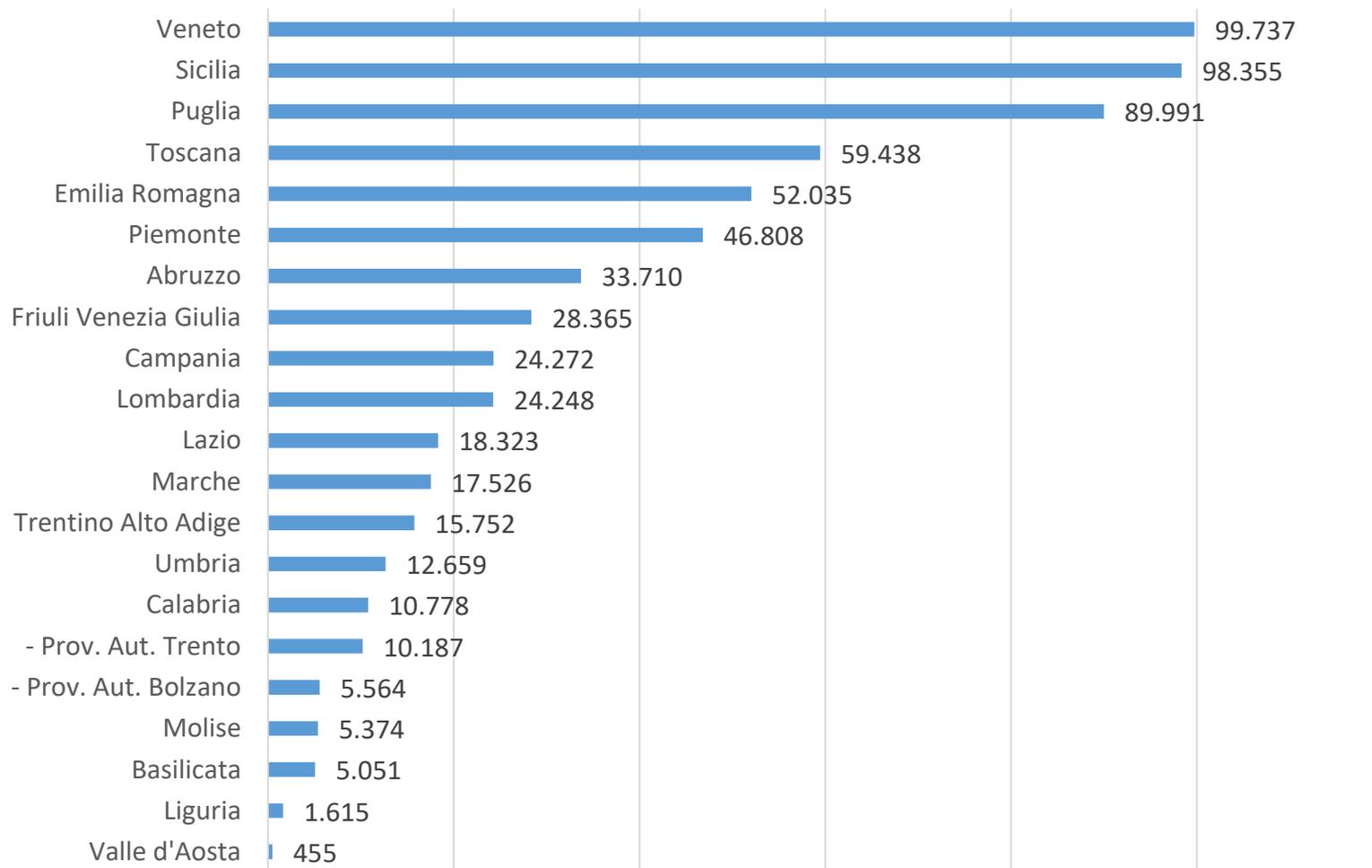
LA SUPERFICIE A VITE DA VINO



Fonte: Ismea su dati AGEA

- ✓ **671.139 ettari (+0,7%)** quarto 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 2020 sono concentrati in:
 - +2,5% Veneto; +1,2% Abruzzo e Emilia Romagna; 1,0 % Friuli V.G

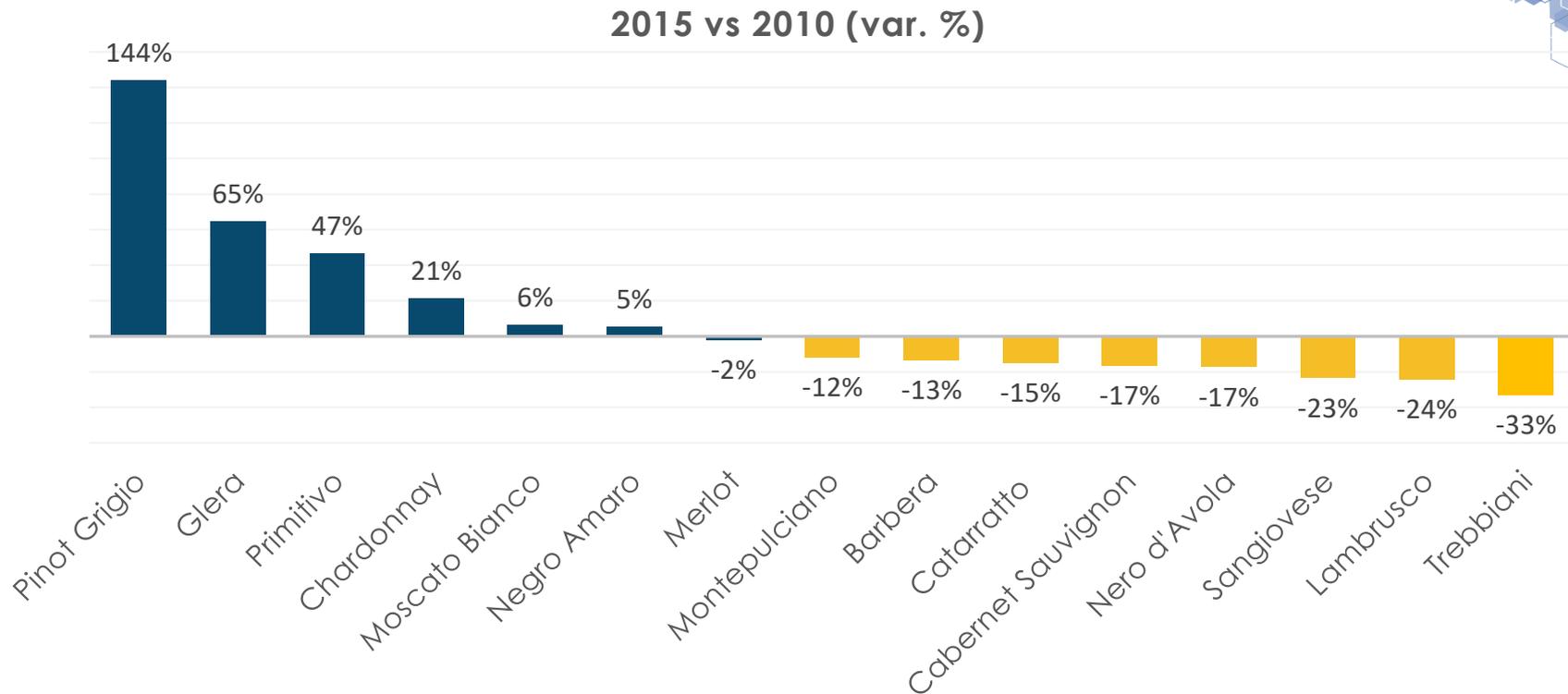
LA DISTRIBUZIONE REGIONALE DEL VIGNETO ITALIA



Fonte: Ismea su dati AGEA 2020

- 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 con il Veneto che si candida a diventare la prima regione vitata

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



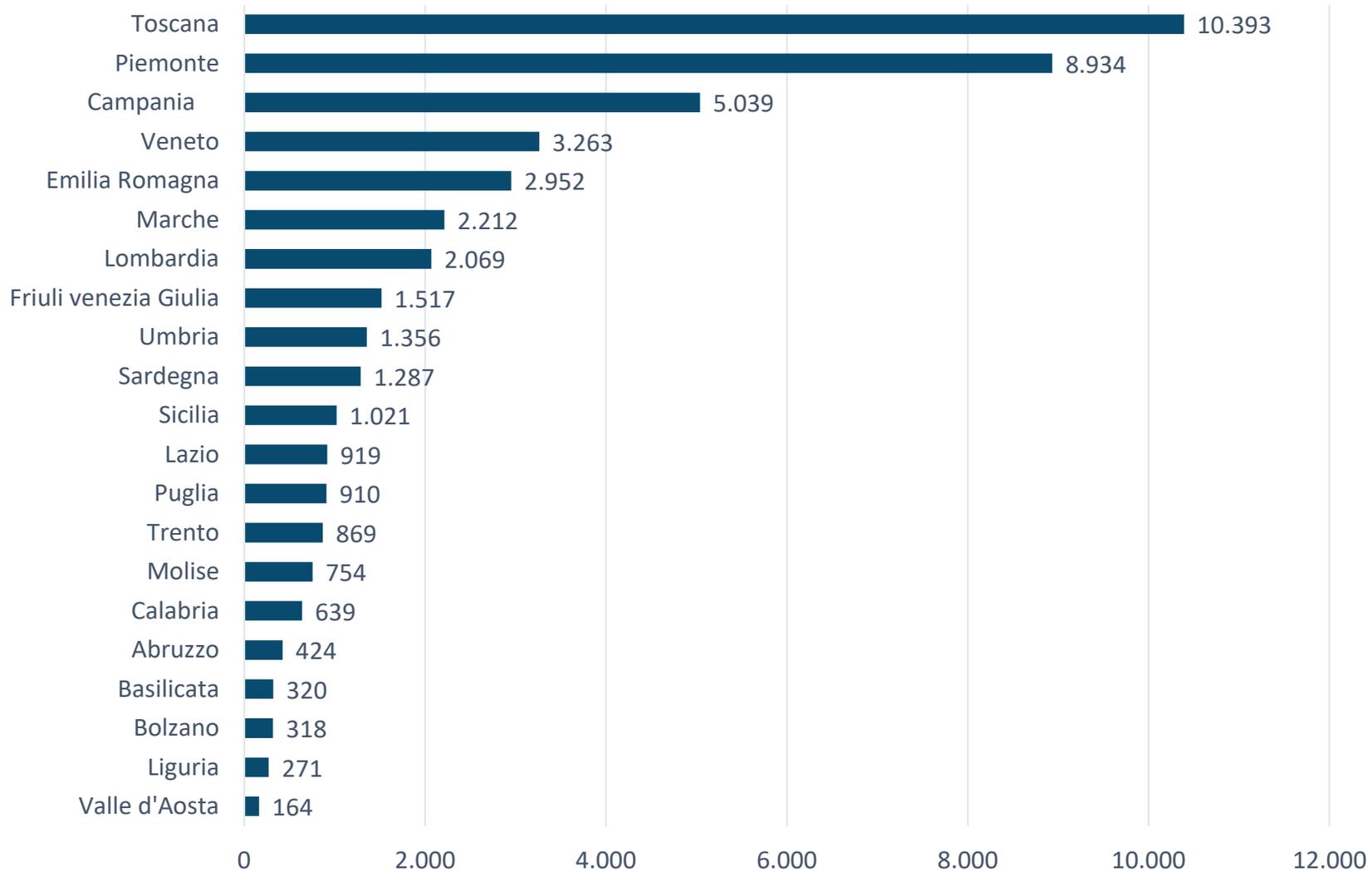
	Aziende 2010	Aziende 2015	Var.%
0 -100	51.327	34166	-33%
101-1.000	8.320	8023	-4%
1.001-10.000	2.277	2853	25%
10.001-50.000	403	468	16%
50.001-100.000	118	117	-1%
>100.000	84	106	26%
Totale complessivo	62.529	45.733	-27%

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



LE AZIENDE VINIFICATRICI



Fonte: Ismea su dati Agea/dichiarazioni di produzione vino



LA DISTRIBUZIONE REGIONALE DELLA PRODUZIONE TOTALE DI VINO



- Nel 2020* la produzione è stata di 49 milioni di ettolitri (+3%)
- Il **Veneto** si posiziona saldamente al primo posto

Regioni	Quota	Media 2016-2020 (Migliaia di hl)
Piemonte	5,4%	2.664
Valle d'Aosta	0,0%	16
Lombardia	2,9%	1.410
Trentino-Alto A.	2,8%	1.377
- Bolzano	0,6%	313
- Trento	2,2%	1.064
Veneto	23,1%	11.317
Friuli-V. Giulia	3,7%	1.794
Liguria	0,1%	42
Emilia-Romagna	16,3%	7.954
Toscana	4,7%	2.298
Umbria	0,8%	394
Marche	1,7%	842
Lazio	1,6%	801
Abruzzo	6,5%	3.201
Molise	0,4%	219
Campania	1,4%	668
Puglia	18,6%	9.083
Basilicata	0,2%	80
Calabria	0,2%	111
Sicilia	8,6%	4.193
Sardegna	0,9%	428
Italia	100,0%	48.892

Regioni	Var. % 20/19	2020 (Migliaia di hl)
Piemonte	3,8%	2.703
Valle d'Aosta	13,0%	19
Lombardia	18,4%	1.541
Trentino-Alto A.	-1,4%	1.294
Bolzano	-1,8%	305
Trento	-1,2%	989
Veneto	7,0%	11.717
Friuli-V. Giulia	3,8%	1.853
Liguria	0,9%	40
Emilia-Romagna	8,8%	7.890
Toscana	-15,9%	2.209
Umbria	-11,2%	378
Marche	8,9%	889
Lazio	-2,0%	784
Abruzzo	9,8%	3.494
Molise	3,4%	235
Campania	-8,2%	715
Puglia	0,6%	9.000
Basilicata	-16,9%	73
Calabria	-11,9%	97
Sicilia	-6,4%	3.660
Sardegna	30,7%	475
Italia	3,2%	49.066

Fonte: ISMEA su dati ISTAT e AGEA



3

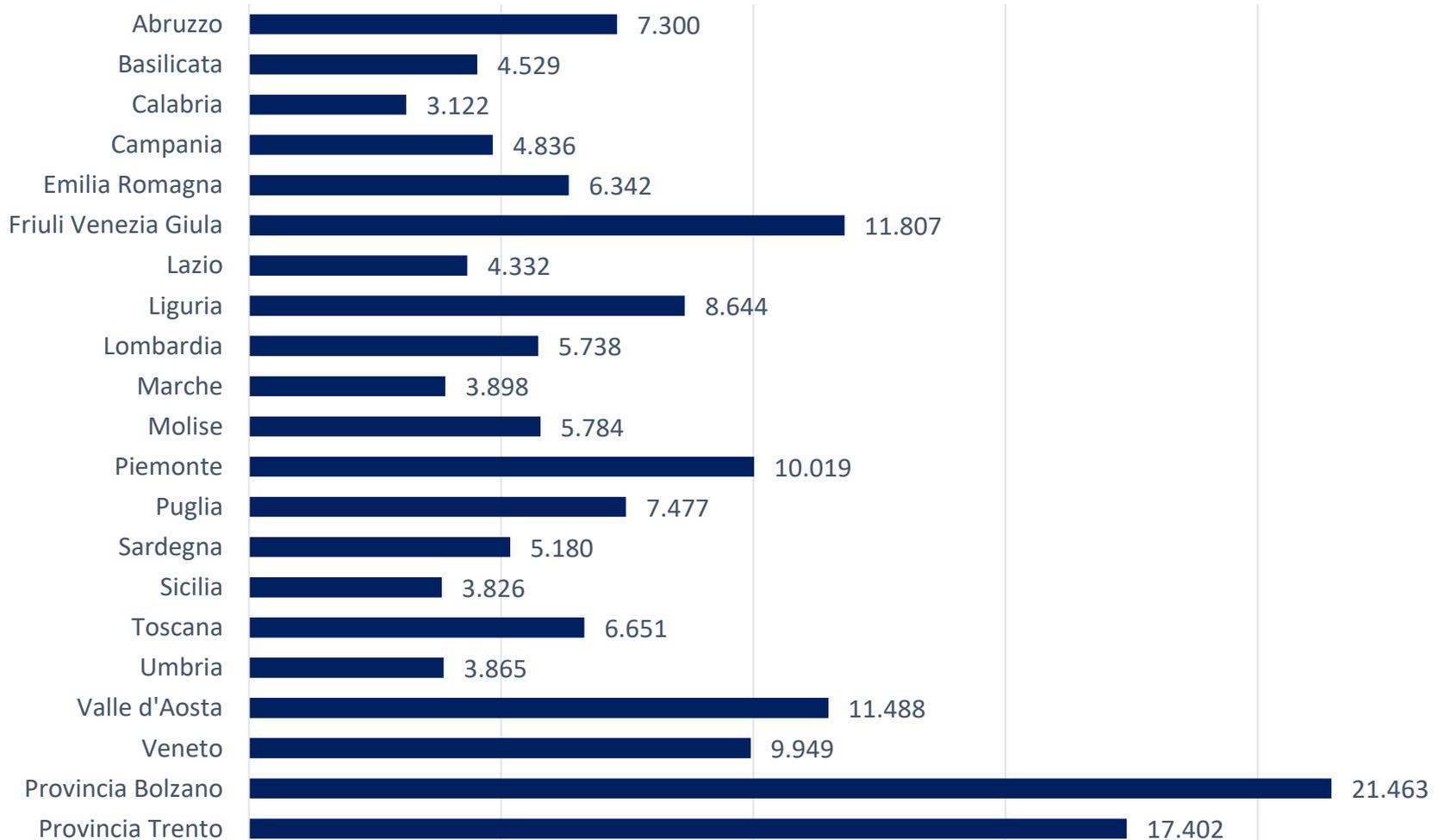
Il valore dell'uva: calcolo del ricavo medio



IL RICAVO MEDIO DEL VIGNETO ITALIA: UVA DA VINO NEL COMPLESSO



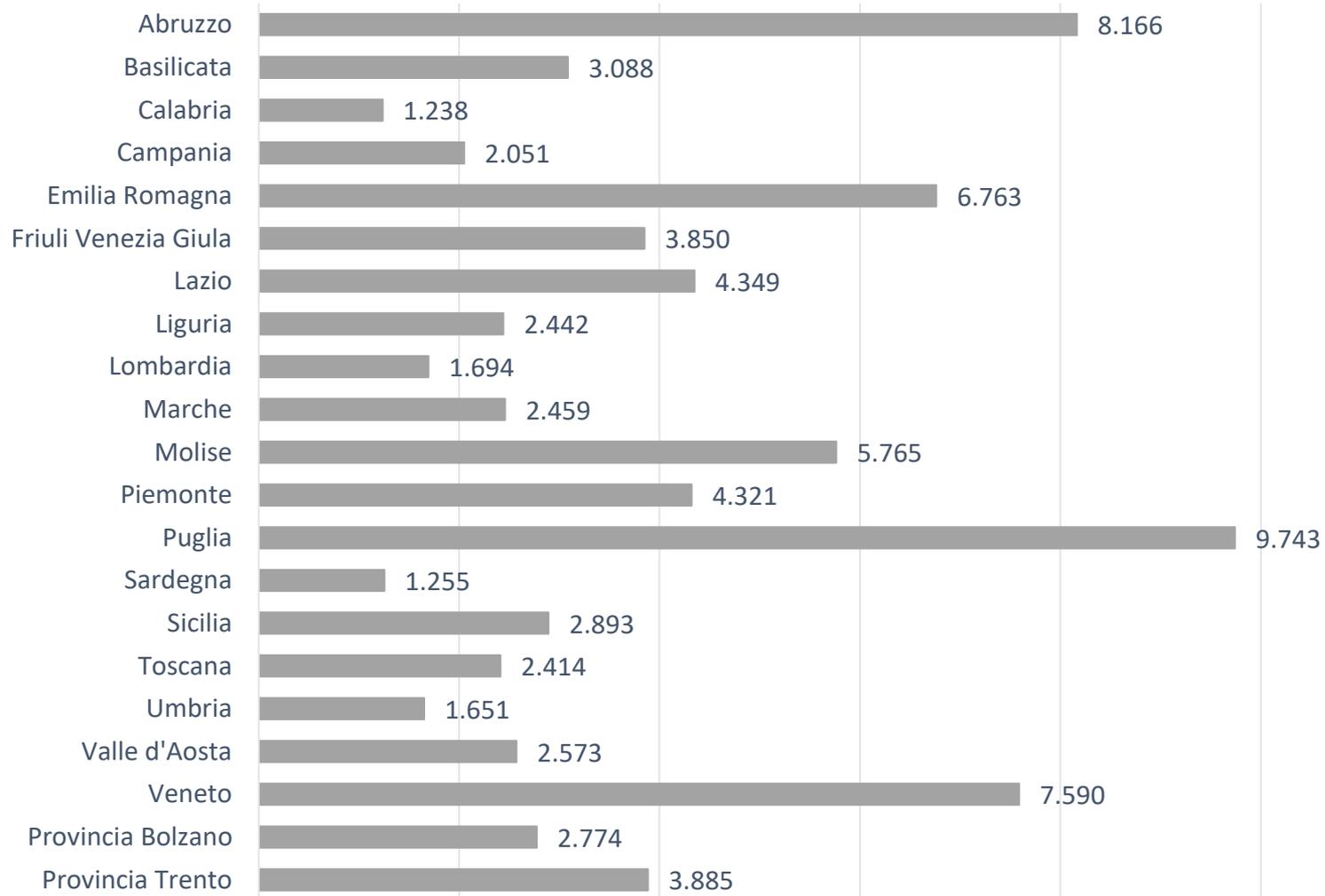
EURO/ETTARO



IL RICAVO MEDIO DEL VIGNETO ITALIA: UVA DA VINO COMUNE



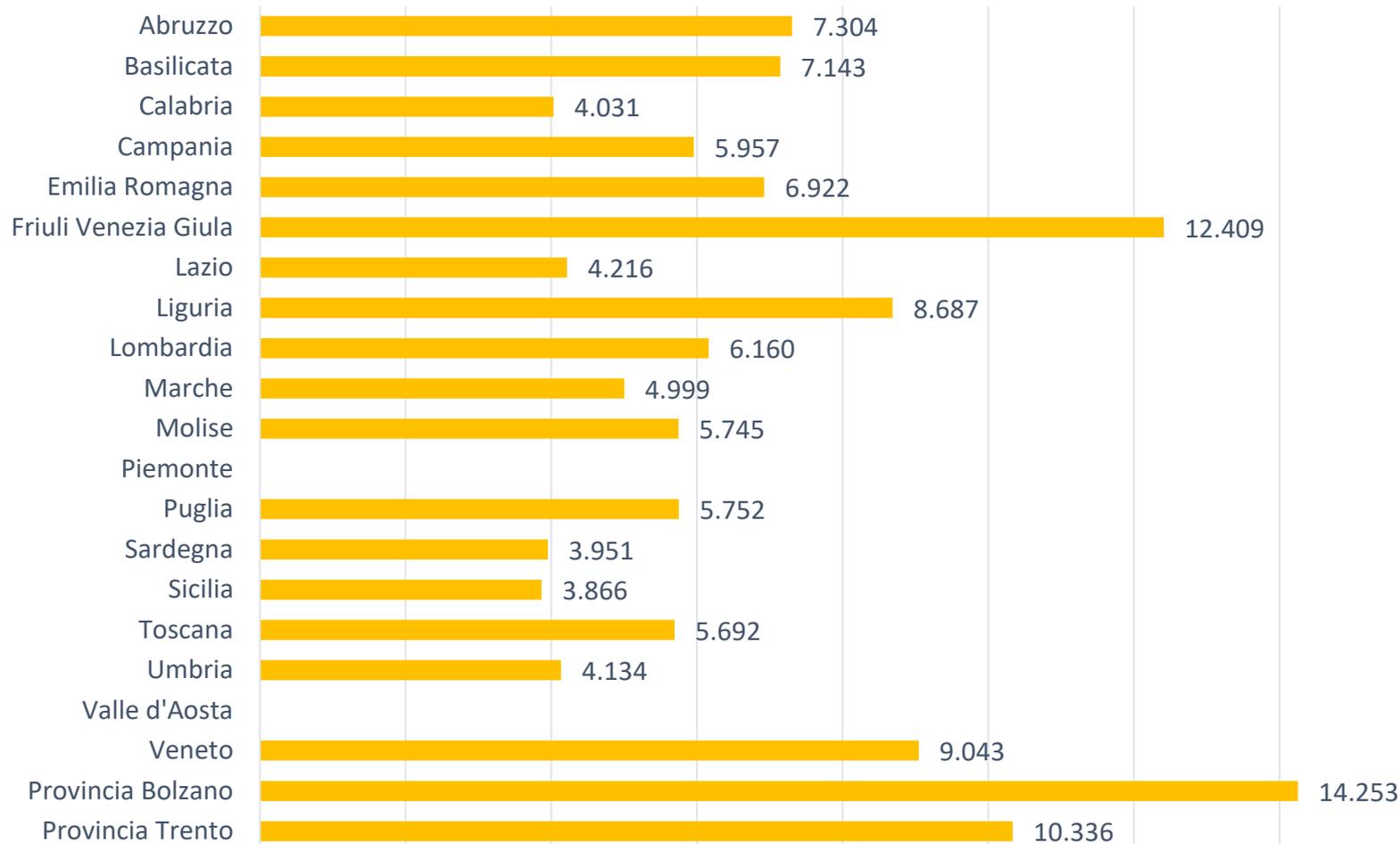
EURO/ETTARO



IL RICAVO MEDIO DEL VIGNETO ITALIA: UVA DA VINO IGT



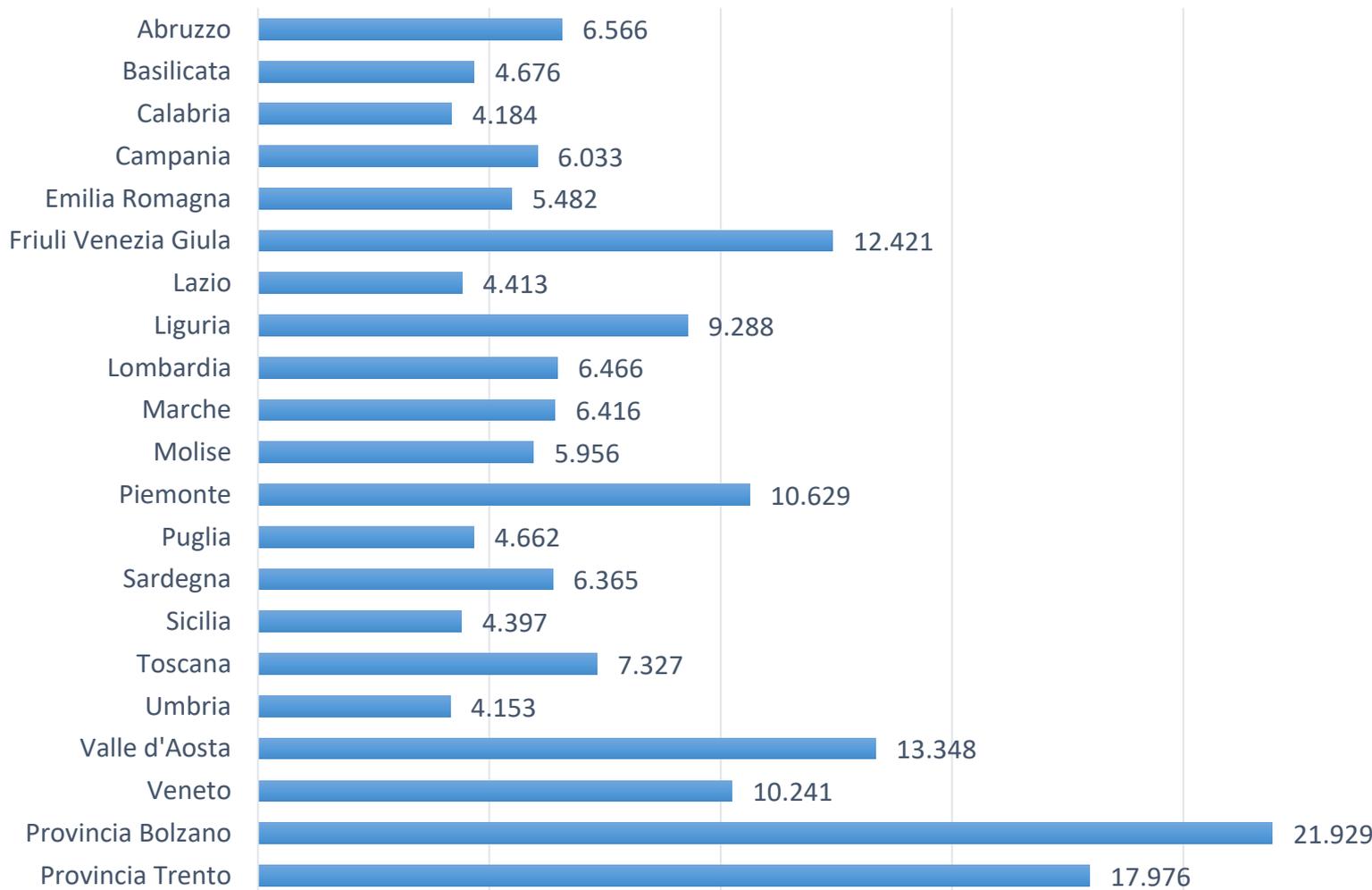
EURO/ETTARO



IL RICAVO MEDIO DEL VIGNETO ITALIA: UVA DA VINO DOC-DOCG



EURO/ETTARO





4

I vini Dop e Igp

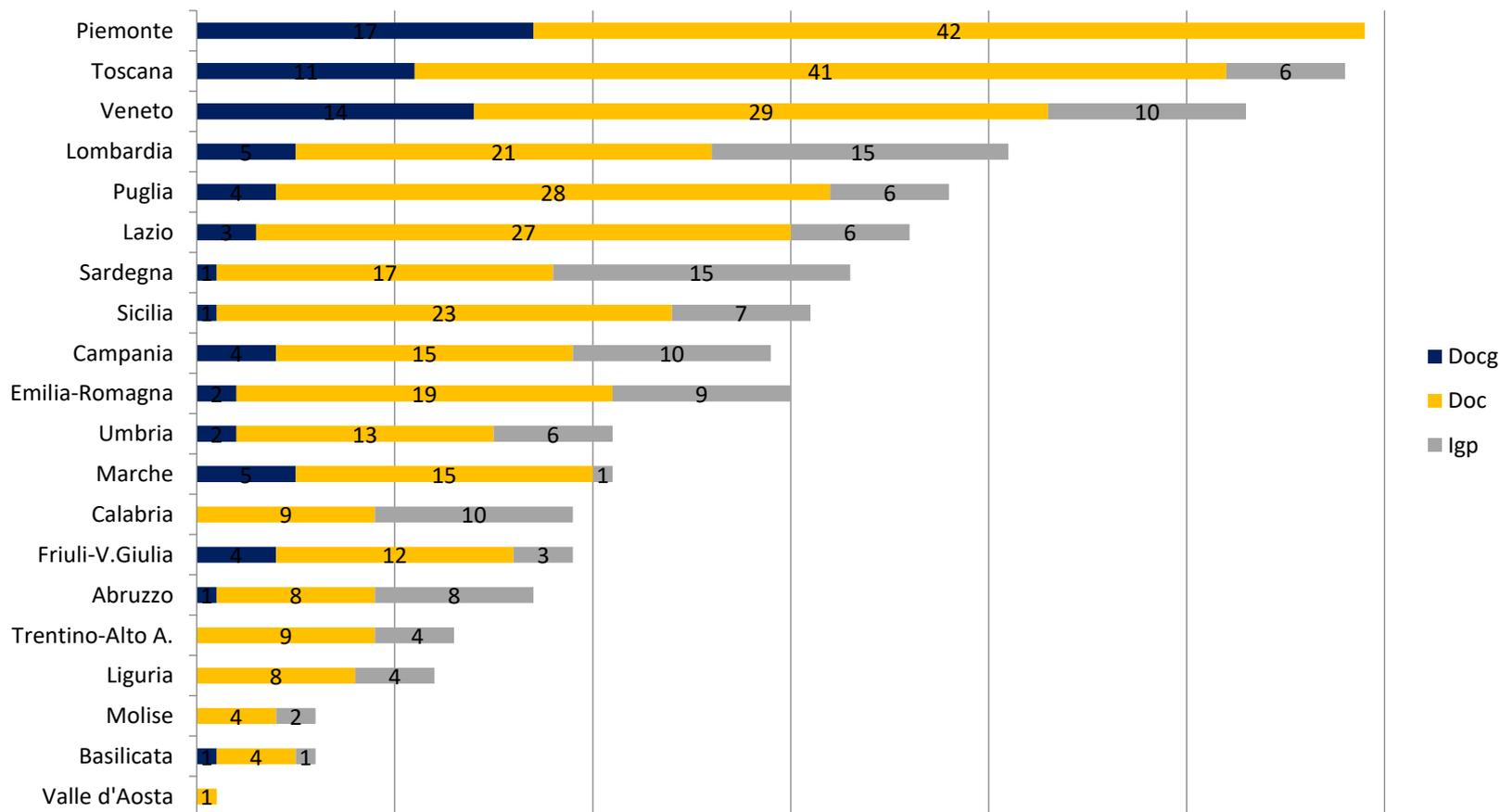


IL NUMERO DI RICONOSCIMENTI DOP E IGP



Italia prima per numero di riconoscimenti

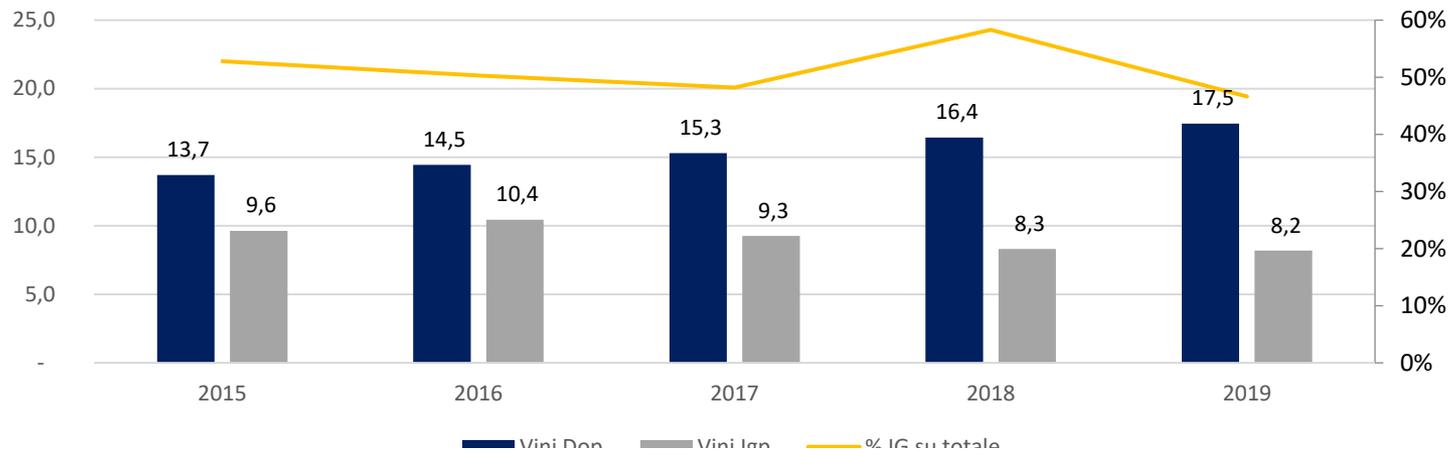
526 IG: 408 DOP e 118 IGP



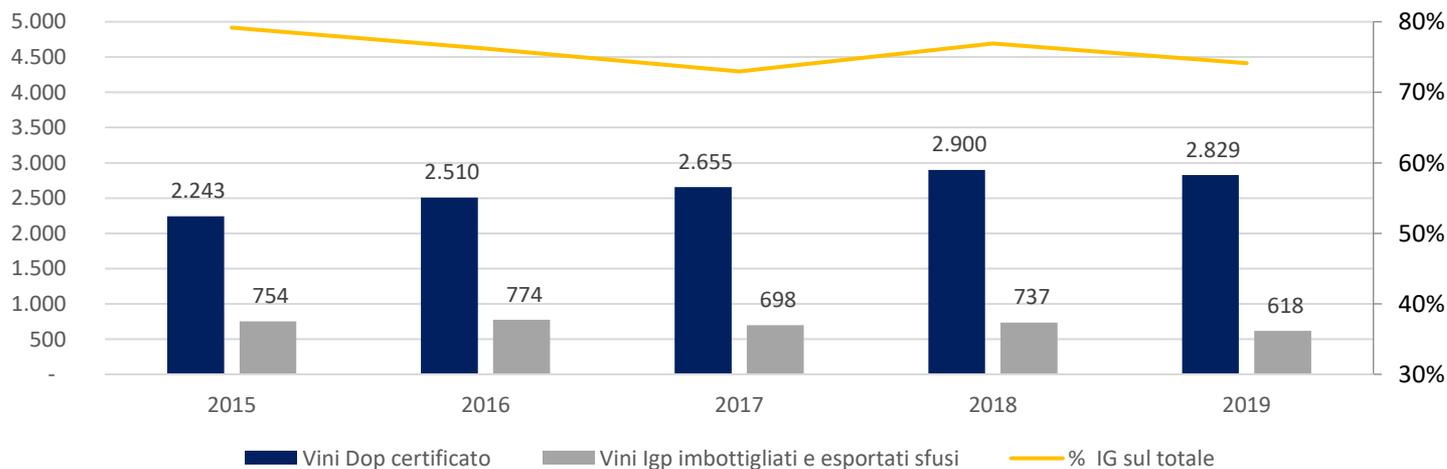
I VINI DOP E IGP: PRODUZIONE E VALORE



Il volume della produzione "sfusa" - Milioni di ettolitri



Il valore della produzione "sfusa" - Milioni di euro



I PRINCIPALI VINI DOP CERTIFICATI



I principali vini Dop per volume certificato (ettolitri)

	2018	2019	Var. % 19/18	Peso % 2019
Prosecco	3.477.344	3.670.679	5,6	21,03
Delle Venezie	1.445.424	1.802.396	24,7	10,33
Montepulciano d'Abruzzo	802.427	851.050	6,1	4,88
Chianti	707.608	740.794	4,7	4,24
Conegliano Valdobbiadene	679.828	690.648	1,6	3,96
Asti o Moscato d'Asti o Asti spumante	654.842	628.554	-4,0	3,60
Chianti Classico	262.846	244.133	-7,1	1,40
Soave	379.325	385.105	1,5	2,21
Sicilia	790.945	820.693	3,8	4,70
Alto Adige o Dell'Alto Adige	297.261	271.472	-8,7	1,56
Trentino	328.146	316.647	-3,5	1,81
Altri vini Dop	6.613.113	7.029.324	6,3	40,28
Totale comparto vini Dop	16.439.108	17.451.495	6,2	100,0

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

	2018	2019	Var. % 19/18	Peso % 2019
Prosecco	702	680	-3,1	24,0
Delle Venezie	146	179	22,6	6,3
Conegliano Valdobbiadene	188	162	-13,7	5,7
Asti	111	107	-4,0	3,8
Amarone della Valpolicella	97	97	0,4	3,4
Chianti	99	91	-8,4	3,2
Valpolicella Ripasso	84	83	-1,7	2,9
Alto Adige	96	81	-15,3	2,9
Brunello di Montalcino	51	75	46,7	2,7
Barolo	68	72	5,9	2,5
Sicilia	85	69	-19,1	2,4
Chianti Classico	69	68	-2,4	2,4
Montepulciano d'Abruzzo	63	60	-5,0	2,1
Lugana	45	51	12,5	1,8
Trentino	55	50	-10,3	1,8
Altri	940	904	-3,8	31,9
Totale vini Dop	2.900	2.829	-2,5	100,0

I PRINCIPALI VINI IGP



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

	2017	2018	2019	Var. % 19/18	Peso % 2019
Terre Siciliane	1.308.159	940.252	874.125	-7,0	11,5
Veneto	988.864	939.996	509.756	-45,8	6,7
Emilia o dell'Emilia	989.103	854.507	1.078.602	26,2	14,2
Puglia	649.165	731.742	916.126	25,2	12,1
Toscana O Toscana	565.284	604.461	590.869	-2,2	7,8
Rubicone	521.329	523.672	705.304	34,7	9,3
Provincia di Pavia	304.515	490.651	376.070	-23,4	5,0
Salento	410.158	487.799	470.601	-3,5	6,2
Trevengezie	440	359.058	420.948	17,2	5,5
Tere di Chieti	158.091	222.084	266.678	20,1	3,5
Altri	2.344.688	1.501.805	1.380.343	-8,1	18,2
Totale comparto vini Igp	8.239.797	7.656.025	7.589.424	-0,9	100,0

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

	2017	2018	2019	Var. % 19/18	Peso % 2019
Puglia	27	56	68	21,0	12,5
Terre Siciliane	107	94	66	-30,0	12,2
Emilia o dell'Emilia	42	68	59,3	-13,0	11,0
Toscana O Toscana	45	66	59	-10,0	10,9
Veneto	79	92	42	-54,0	7,9
Rubicone	22	29	39	35,0	7,3
Salento	28	39	36	-9,0	6,6
Trevengezie		35	35	0,0	6,5
Vigneti delle Dolomiti	24	21	19	-7,0	3,5
Provincia di Pavia	15	29	19	-36,0	3,5
Altri	190	117	98	-16,0	18,1
Totale vini Igp	580	646	539	-17,0	100,0

IL VOLUME DELLE DOP E IGP PER REGIONE



Il volume della produzione di vini Dop e Igp per regione 2019 (migliaia di ettolitri)

	Produzione certificata Dop 2019	Produzione imbottigliata Igp 2019
Piemonte	1.816	-
Valle d'Aosta	13	-
Lombardia	663	440
Trentino Alto Adige	882	224
Veneto	6.642	989
Friuli Venezia Giulia	1.523	195
Liguria	31	1
Emilia-Romagna	810	1.800
Toscana	1.422	600
Umbria	110	122
Marche	296	156
Lazio	311	165
Abruzzo	1.086	329
Molise	12	19
Campania	203	150
Puglia	334	1.413
Basilicata*	23	20
Calabria	36	41
Sicilia	972	876
Sardegna	267	49
Italia	17.451	7.589

Fonte: ISMEA su dati OAC



IL VALORE DELLE DOP E IGP PER REGIONE



Il valore della produzione di vini Dop e Igp per regione 2019 (milioni di euro)

	Produzione certificata Dop 2019	Produzione imbottigliata Igp 2019
Piemonte	366	
Valle d'Aosta	4	
Lombardia	131	23
Trentino Alto Adige	178	21
Veneto	1.212	83
Friuli Venezia Giulia	224	16
Liguria	8	0
Emilia-Romagna	52	100
Toscana	305	60
Umbria	12	10
Marche	28	10
Lazio	20	8
Abruzzo	71	16
Molise	1	1
Campania	24	13
Puglia	31	105
Basilicata	3	1
Calabria	5	3
Sicilia	100	66
Sardegna	52	4
Italia	2.829	539

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.





5

Il commercio estero dell'Italia



LA BILANCIA COMMERCIALE ITALIANA



	Migliaia di ettolitri			Migliaia di euro		
	export	import	saldo	export	import	saldo
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	19.601	2.048	17.552	6.236	351	5.886
2019	21.358	1.552	19.806	6.432	333	6.098
2020	20.835	1.745	19.090	6.285	300	5.984
Var. 20/19	-2,4%	12,4%	-3,6%	-2,3%	-9,9%	-1,9%

Fonte: ISMEA su dati Istat

L'Italia riconquista il suo ruolo di primo paese esportatore mondiale in volume mentre resta secondo in valore.

Il 2020 ha segnato, causa pandemia, una flessione contenuta sia in volume che in valore



L'EXPORT ITALIANO DI VINO PER SEGMENTO



	Ettolitri			Migliaia di euro		
	2019	2020	Var. %	2019	2020	Var. %
Dop	10.085.873	10.346.818	2,59%	4.159.363	4.039.290	-2,9%
Fermi	6.101.898	6.310.483	3,4%	2.619.339	2.583.060	-1,4%
Frizzanti	637.609	689.663	8,2%	188.065	188.683	0,3%
Spumanti	3.346.366	3.346.673	0,0%	1.351.959	1.267.548	-6,2%
Igp	5.043.887	5.175.619	2,6%	1.482.042	1.499.298	1,2%
Fermi	4.179.072	4.250.386	1,7%	1.295.691	1.299.486	0,3%
Frizzanti	763.123	827.655	8,5%	158.035	175.644	11,1%
Spumanti	101.692	97.578	-4,0%	28.316	24.167	-14,7%
Comuni	4.844.190	4.167.920	-14,0%	545.828	516.651	-5,3%
Fermi	3.881.752	3.288.716	-15,3%	315.420	301.954	-4,3%
Frizzanti	374.190	365.997	-2,2%	73.385	70.412	-4,1%
Spumanti	588.248	513.207	-12,8%	157.023	144.285	-8,1%
Varietali	1.036.975	779.993	-24,8%	137.747	110.130	-20,0%
Fermi	875.557	634.438	-27,5%	90.585	71.220	-21,4%
Frizzanti	18.545	20.645	11,3%	5.434	4.278	-21,3%
Spumanti	142.872	124.910	-12,6%	41.728	34.632	-17,0%
Altre Dop+Igp	69.830	71.793	2,8%	62.446	68.072	9,0%
Mosti	277.141	292.731	5,6%	44.195	51.248	16,0%
Totale	21.357.896	20.834.875	-2,4%	6.431.622	6.284.689	-2,3%



ESPORTAZIONE ITALIANE DI VINO NEL COMPLESSO: PRINCIPALI CLIENTI



	Ettolitri			Migliaia di euro		
	2019	2020	Var.%	2019	2020	Var.%
EXTRA-UE	10.513.645	10.374.191	-1,3%	3.987.560	3.824.466	-4,1%
UE	10.844.251	10.460.684	-3,5%	2.444.061	2.460.224	0,7%
Stati Uniti	3.479.401	3.453.494	-0,7%	1.539.577	1.453.822	-5,6%
Germania	5.778.049	5.582.013	-3,4%	1.034.789	1.074.953	3,9%
Regno Unito	2.795.114	2.747.627	-1,7%	762.988	714.179	-6,4%
Svizzera	741.422	757.396	2,2%	380.909	382.107	0,3%
Canada	777.134	782.736	0,7%	341.871	346.577	1,4%
Paesi Bassi	472.431	553.620	17,2%	164.742	193.644	17,5%
Svezia	498.534	566.297	13,6%	180.356	189.117	4,9%
Francia	964.251	737.241	-23,5%	206.897	178.762	-13,6%
Giappone	480.726	393.478	-18,1%	182.308	153.988	-15,5%
Danimarca	381.079	391.657	2,8%	148.852	148.254	-0,4%
Belgio	403.351	469.983	16,5%	139.900	145.067	3,7%
Russia	528.159	504.662	-4,4%	130.737	125.997	-3,6%
Norvegia	229.609	313.476	36,5%	94.822	122.708	29,4%
Austria	480.482	447.743	-6,8%	106.889	104.379	-2,3%
Cina	363.986	247.390	-32,0%	133.479	98.131	-26,5%
Polonia	261.059	266.736	2,2%	75.750	74.191	-2,1%
Australia	143.788	150.901	4,9%	63.476	65.147	2,6%
Repubblica ceca	280.744	292.040	4,0%	53.184	53.364	0,3%
Finlandia	98.776	113.456	14,9%	40.662	45.076	10,9%
Corea del Sud	66.304	79.877	20,5%	33.154	43.046	29,8%
Lettonia	126.488	126.588	0,1%	41.105	42.912	4,4%
Altri	2.007.009	1.856.464	-7,5%	575.175	529.268	-8,0%
Mondo	21.357.896	20.834.875	-2,4%	6.431.622	6.284.689	-2,3%



6

I Prezzi alla produzione



IL PUNTO SUL MERCATO: CAMPAGNA 2020/21 vs 2019/20



VARIAZIONE DEI PREZZI DEI VINI
COMUNI
2020/2021 A CONFRONTO **PER
PAESE E COLORE**



-1,8%



-12,5%



0,5%



-4,3%

-17,6%

-1,9%

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



-2,5%



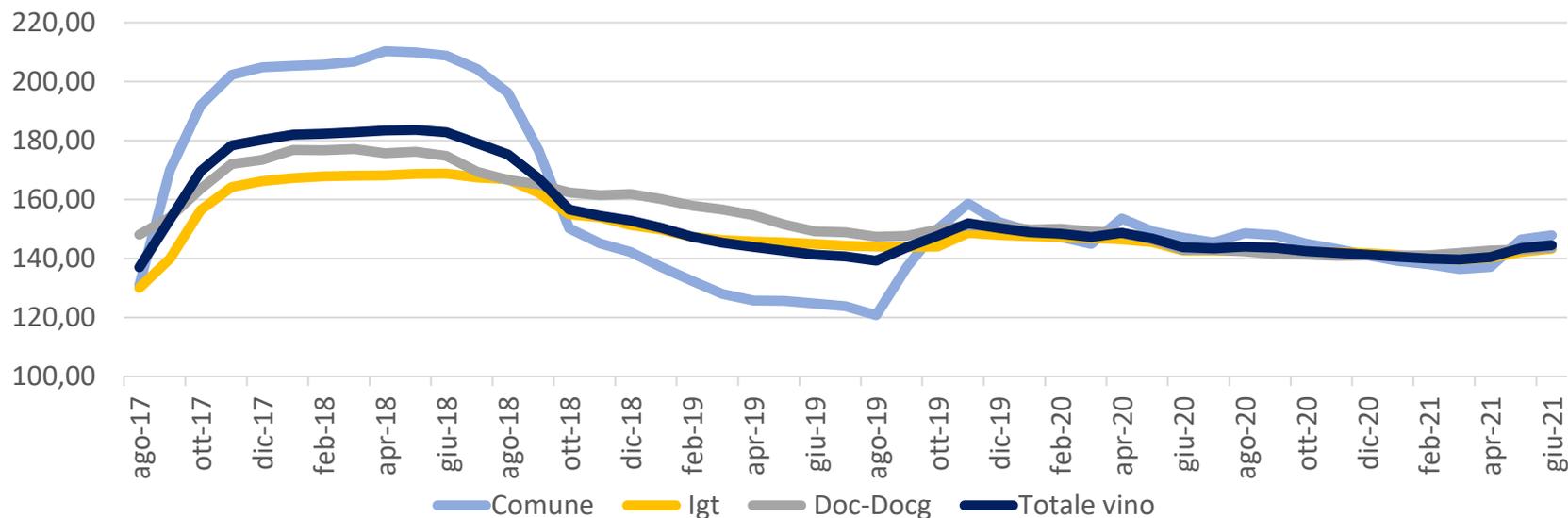
-5,2%

Il segmento delle Dop, grazie al plus della qualità e dell'origine italiana sui mercati internazionali, riesce ad avere normalmente performance commerciali migliori rispetto ai vini da tavola. Nel periodo Covid-19 hanno sofferto la chiusura del canale HORECA

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





7

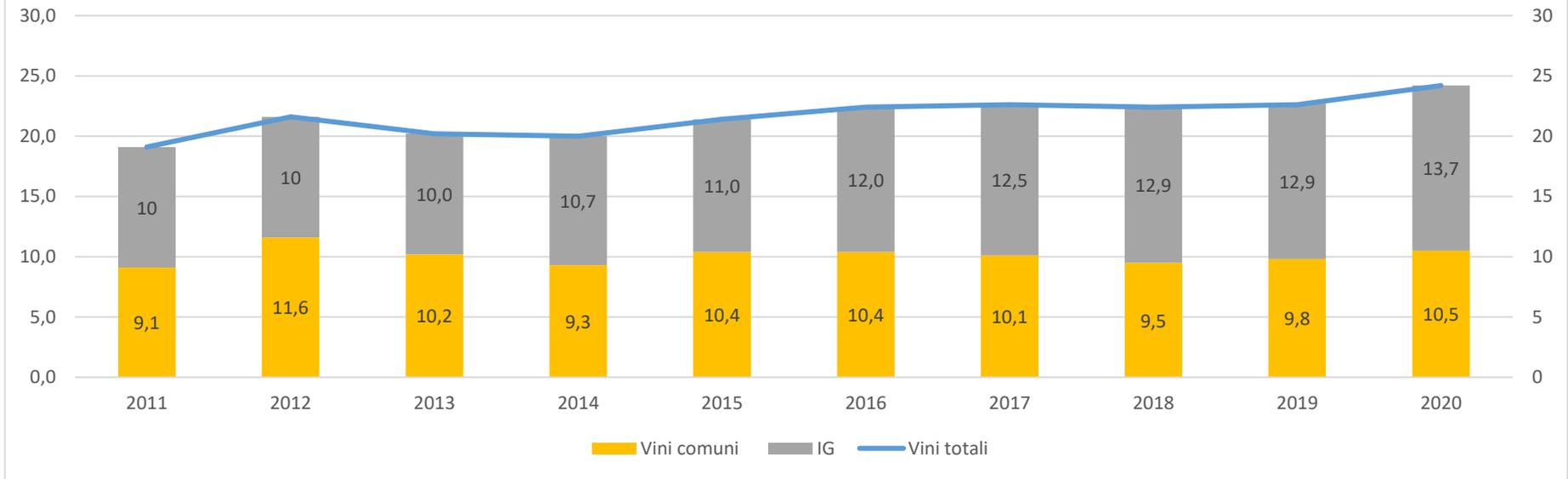
Il Consumo interno



I CONSUMI TOTALI DI VINO IN ITALIA



Il consumo italiano per segmento (milioni di hl)



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. Il 2020, causa anche il lockdown, ha visto crescere molto soprattutto i consumi domestici legati agli acquisti nei format della GDO. Già dalla primavera 2021 tale fenomeno si è attenuato grazie alla riapertura, seppur graduale, del canale Horeca

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



8

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 in volume dietro 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. Tali stime risentiranno sicuramente degli effetti della pandemia del 2020, effetti ad ora di difficile quantificazione.

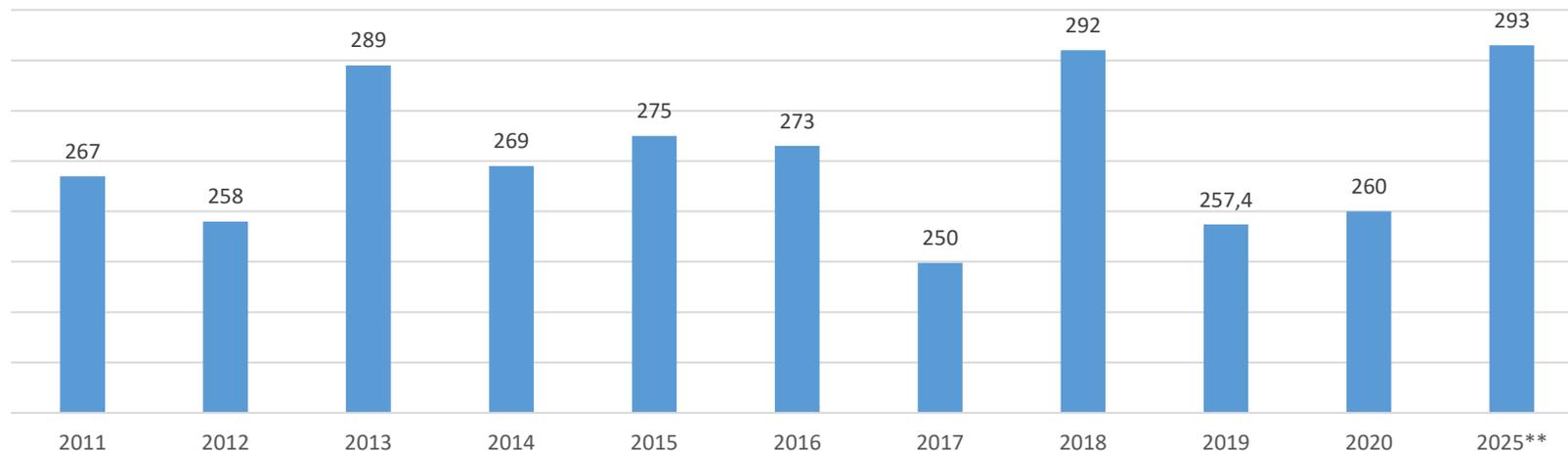
- Gli USA, la Francia e la Germania detengono i primi tre posti per il consumo di fine wine, ma il Canada supera di poco l'Italia al quarto posto, almeno in termini di valore.
- Anche per il vino commercial premium, la Cina rafforza il suo primato sopra gli USA, mentre il Regno Unito si trova allineato 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 ettoltri



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

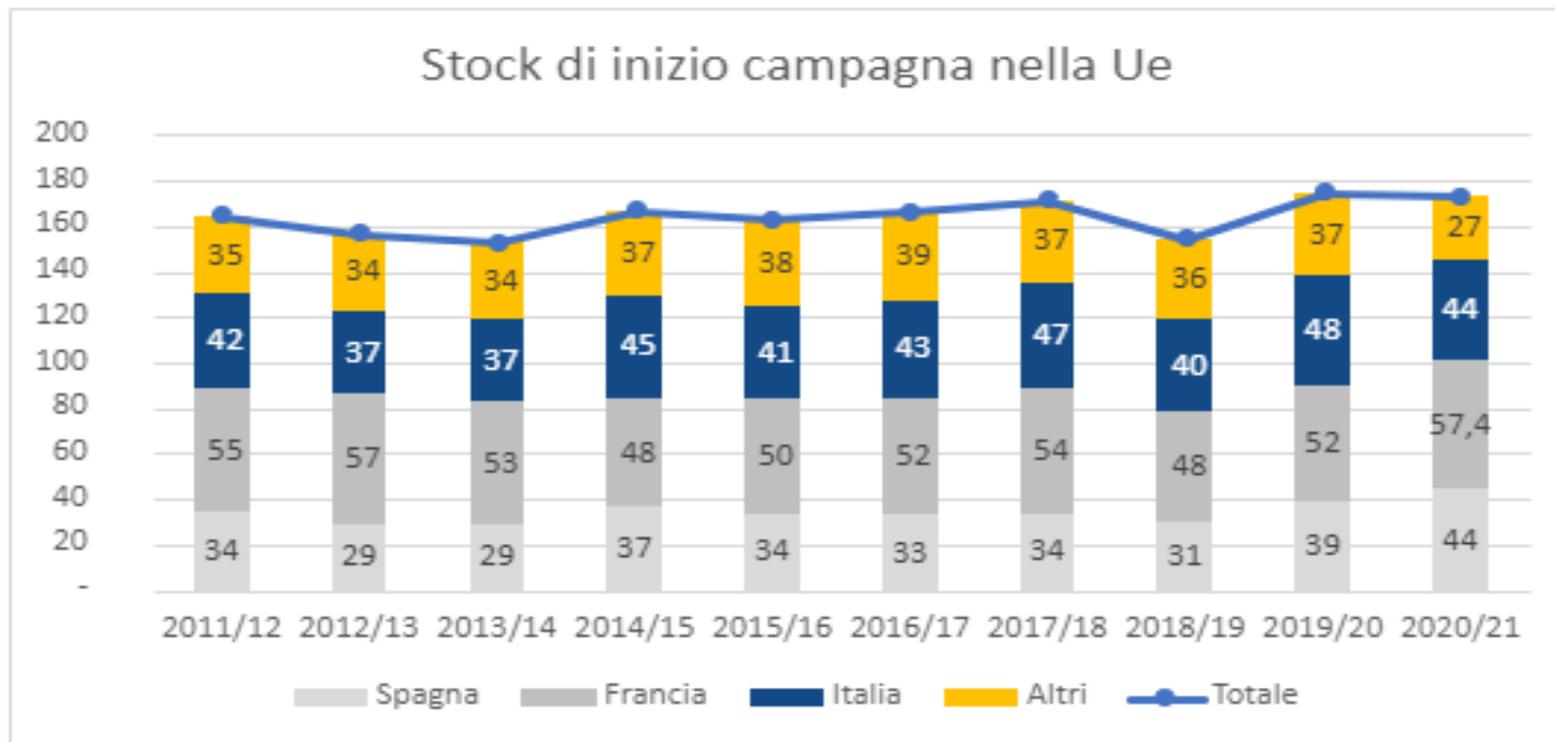
- ✓ **2020: +1% sul 2019**
 - +6% UE
 - +3% Italia
 - +11% Francia
 - +21% Spagna
 - -10% Nuovo Mondo



Anche nel 2020 l'Italia si conferma il **primo produttore mondiale** di vino.
Ma la leadership non basta



GLI STOCK NELLA UE



Fonte: Ismea su dati Commissione Ue

✓ 2020/2021: 173 milioni di ettolitri nella UE

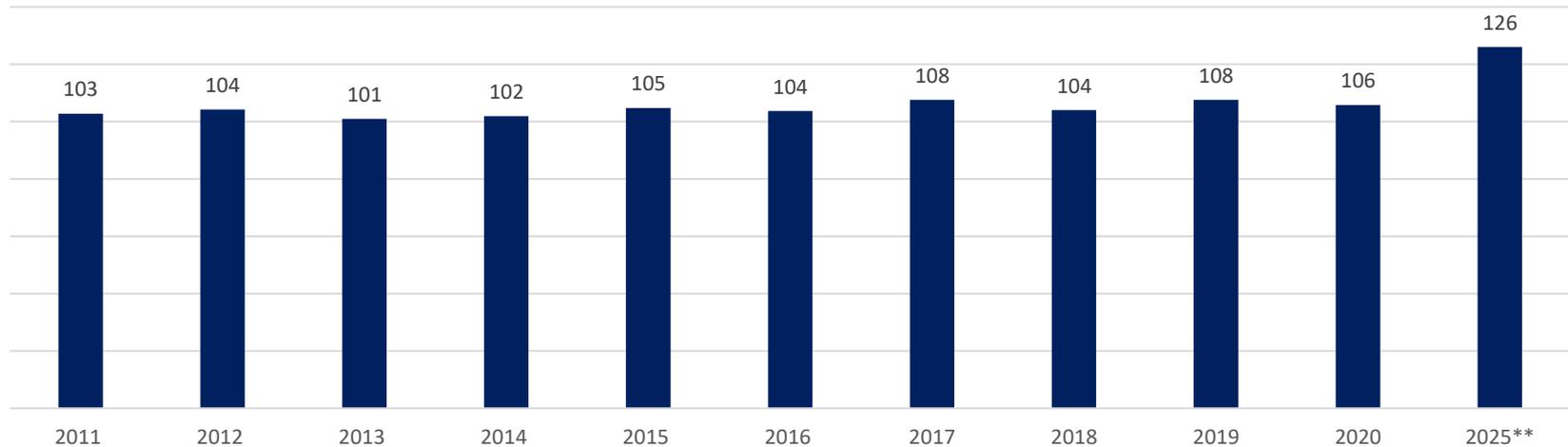
- -1% UE
- -8,3% Italia
- +11,3% Francia
- +14,5% Spagna



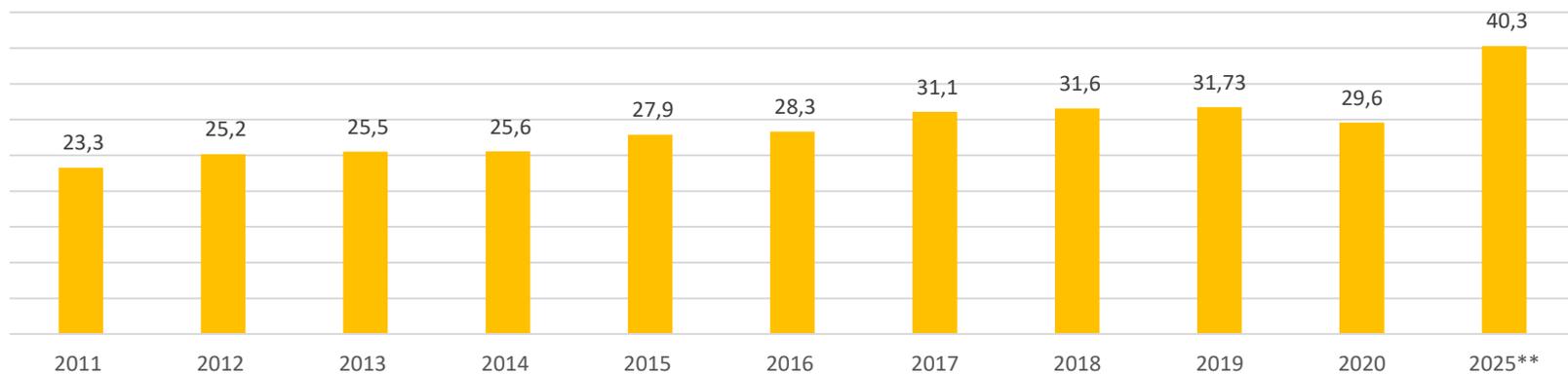
GLI SCAMBI MONDIALI DI VINO



Esportazioni mondiali di vino (Milioni di ettolitri)



Esportazioni mondiali di vino (Miliardi di euro)



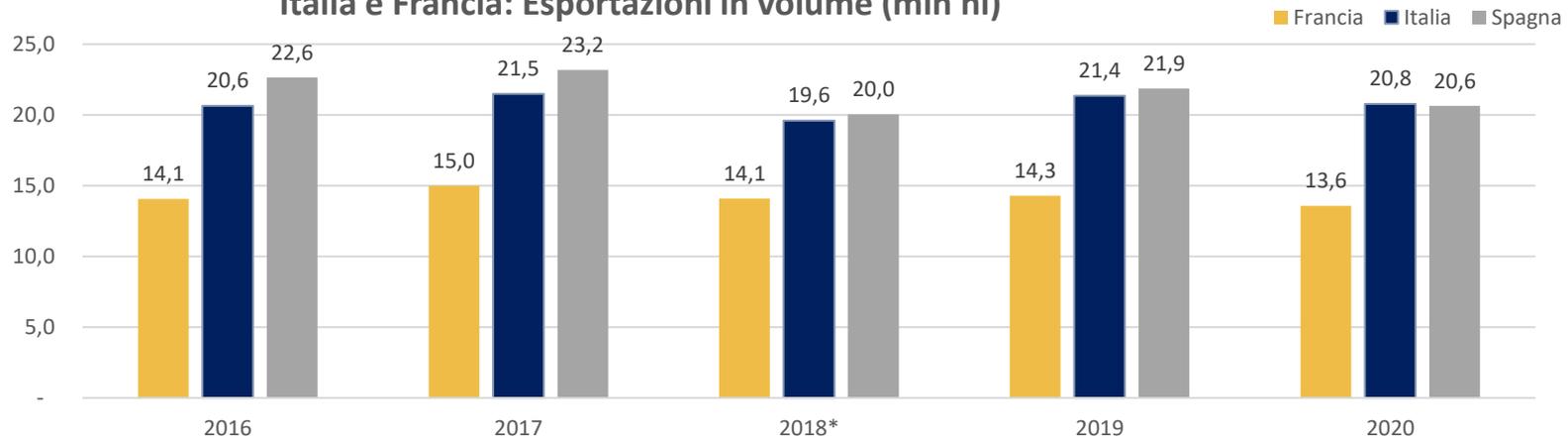
Fonte: Ismea su dati OIV; *Stima e **previsione: Ismea su Modello Anderson, 2018 e 2020



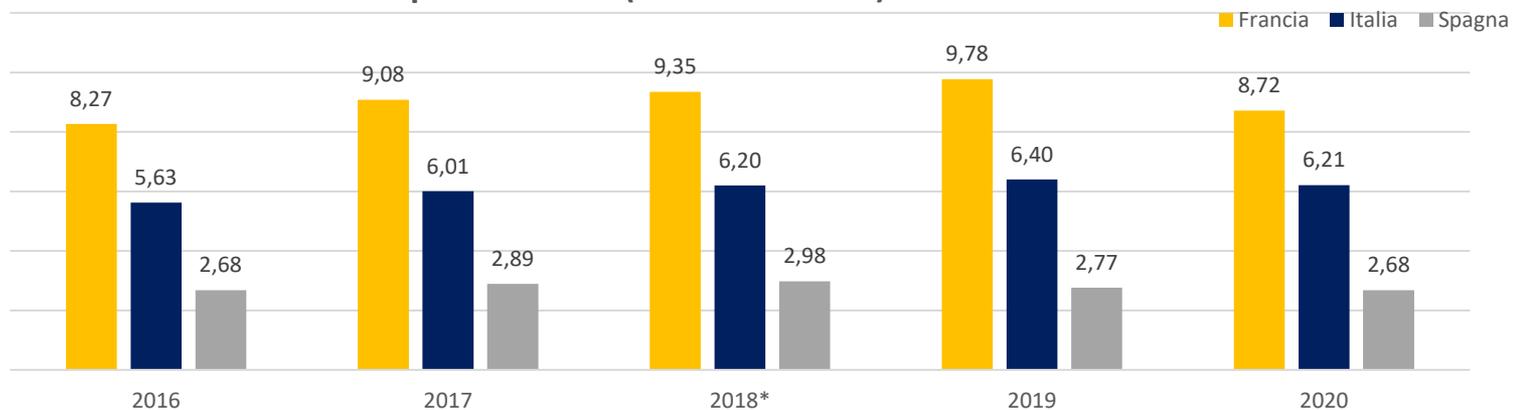
L'EXPORT DEI PRINCIPALI COMPETITOR MONDIALI



Italia e Francia: Esportazioni in volume (mln hl)



Italia e Francia: Esportazioni in (Miliardi di euro)



Fonte: Ismea su dati IHS/Gta e OIV;



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 2019

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. La crisi economica del 2020 potrebbe rallentare la crescita dei consumi mondiali. Per il 2020, infatti, si stima una flessione (-9%), che potrebbe essere parzialmente compensata dal «rimbalzo» del 2021 (+7%). Ma per il 2020 la situazione è talmente in divenire che le stime vengono aggiornata molto rapidamente.
- **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. Ripresa economica post pandemia ed effetto Brexit le incognie.
- 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.





9

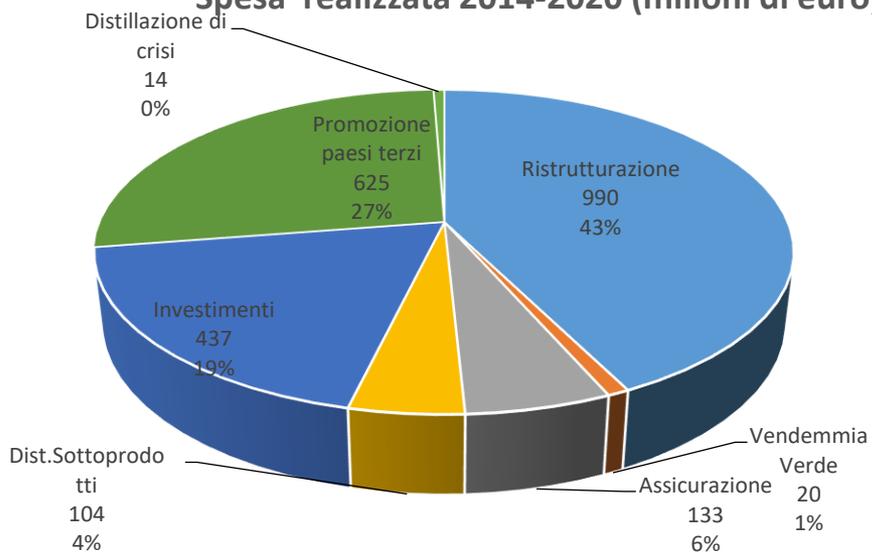
I dati dell'OCM vino



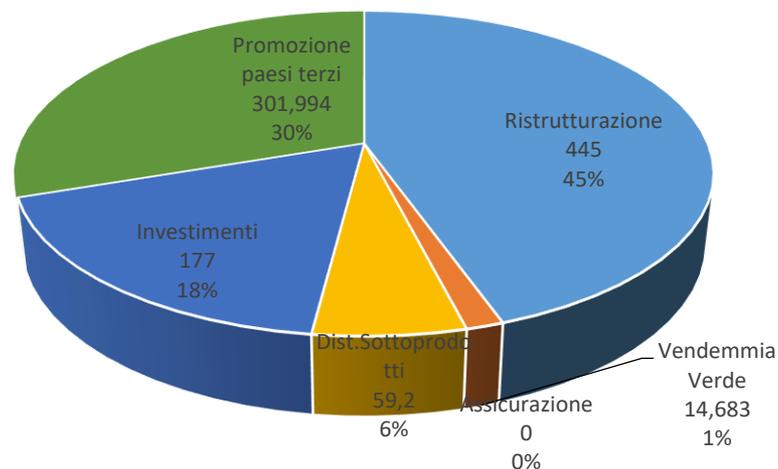
LA SPESA OCM VINO PER MISURA (MIGLIAIA DI EURO)

	Ristrutturazione	Vendemmia Verde	Assicurazioni	Dist.Sottoprodotti	Investimenti	Promozione paesi terzi	Distillazione di crisi	Totale
2014	161.284.891	863.458	30.307.056	11.030.996	51.449.035	81.999.193		336.934.629
2015	164.066.230	903.503	20.010.646	12.031.773	47.609.976	92.058.162		336.680.288
2016	159.258.941	1.393.607	19.999.609	16.518.869	45.329.556	94.176.082		336.676.665
2017	146.459.318	1.194.129	26.436.980	17.927.804	62.818.261	82.115.848		336.952.339
2018	119.395.220	817.119	35.824.294	11.872.379	67.498.915	88.484.187		323.892.114
2019	116.771.334			18.727.509	94.886.755	93.606.767		323.992.364
2020	123.030.289	14.751.293	-	15.823.976	67.254.581	92.183.008	13.945.837	326.988.984
Somma(16-20)	990.266.222	19.923.110	132.578.584	103.933.305	436.847.078	624.623.247	13.945.837	2.322.117.383

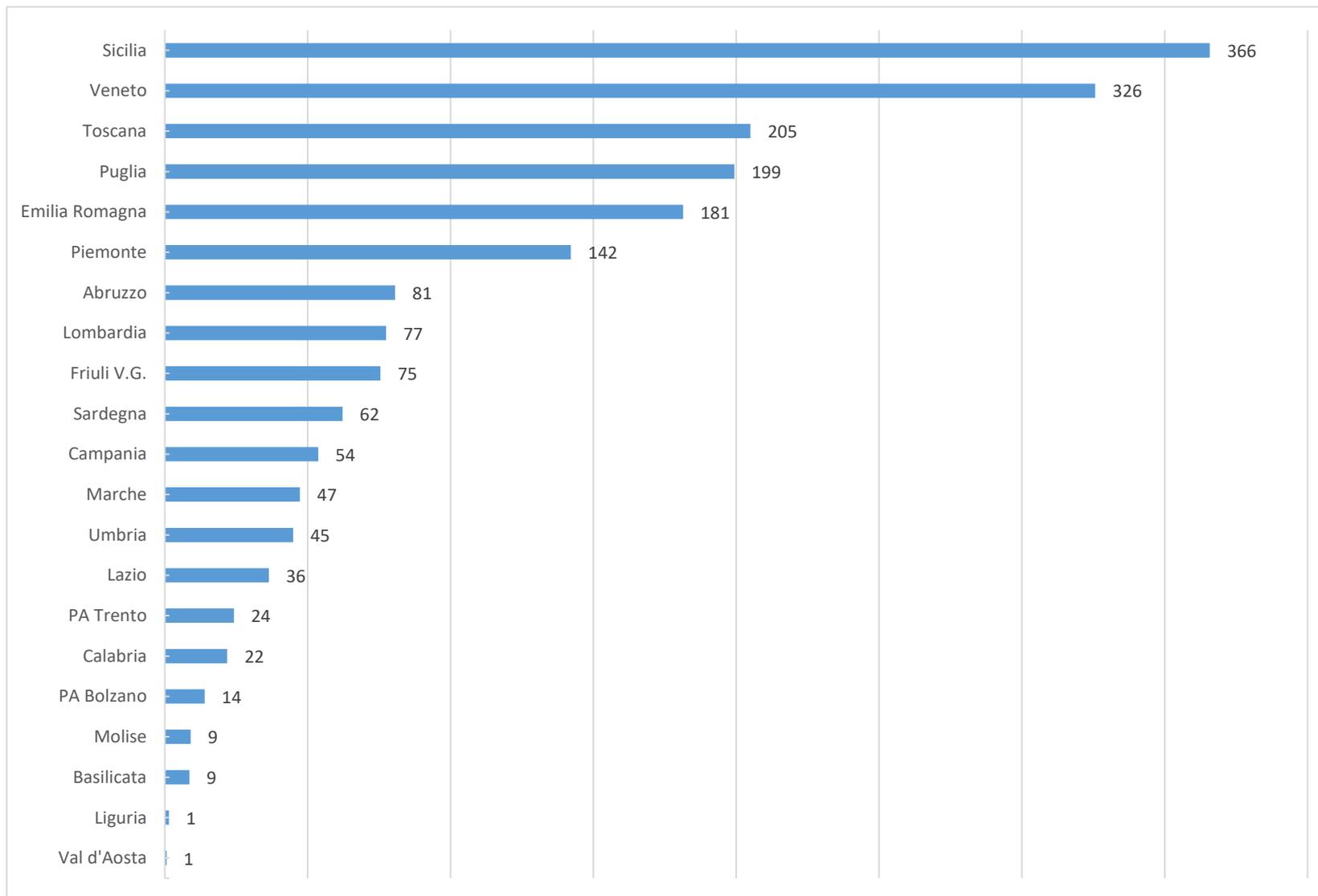
Spesa realizzata 2014-2020 (milioni di euro)



Spesa programmata 2021-2023



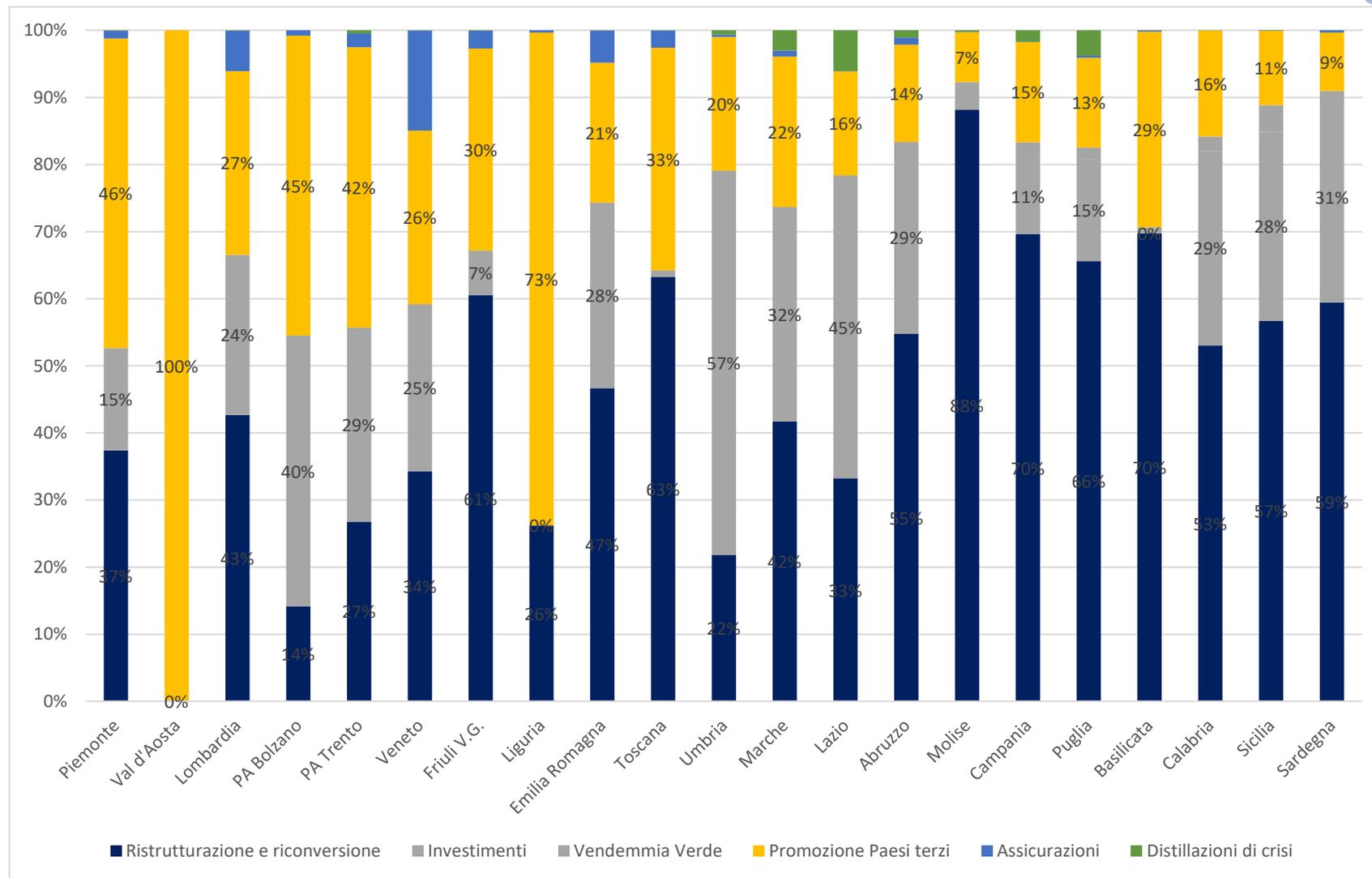
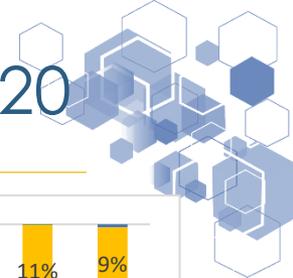
LA SPESA OCM VINO PER REGIONE – TOTALE 2014-2020 (MILIONI DI EURO)



Fonte: Ismea su dati Agea e Mipaaf



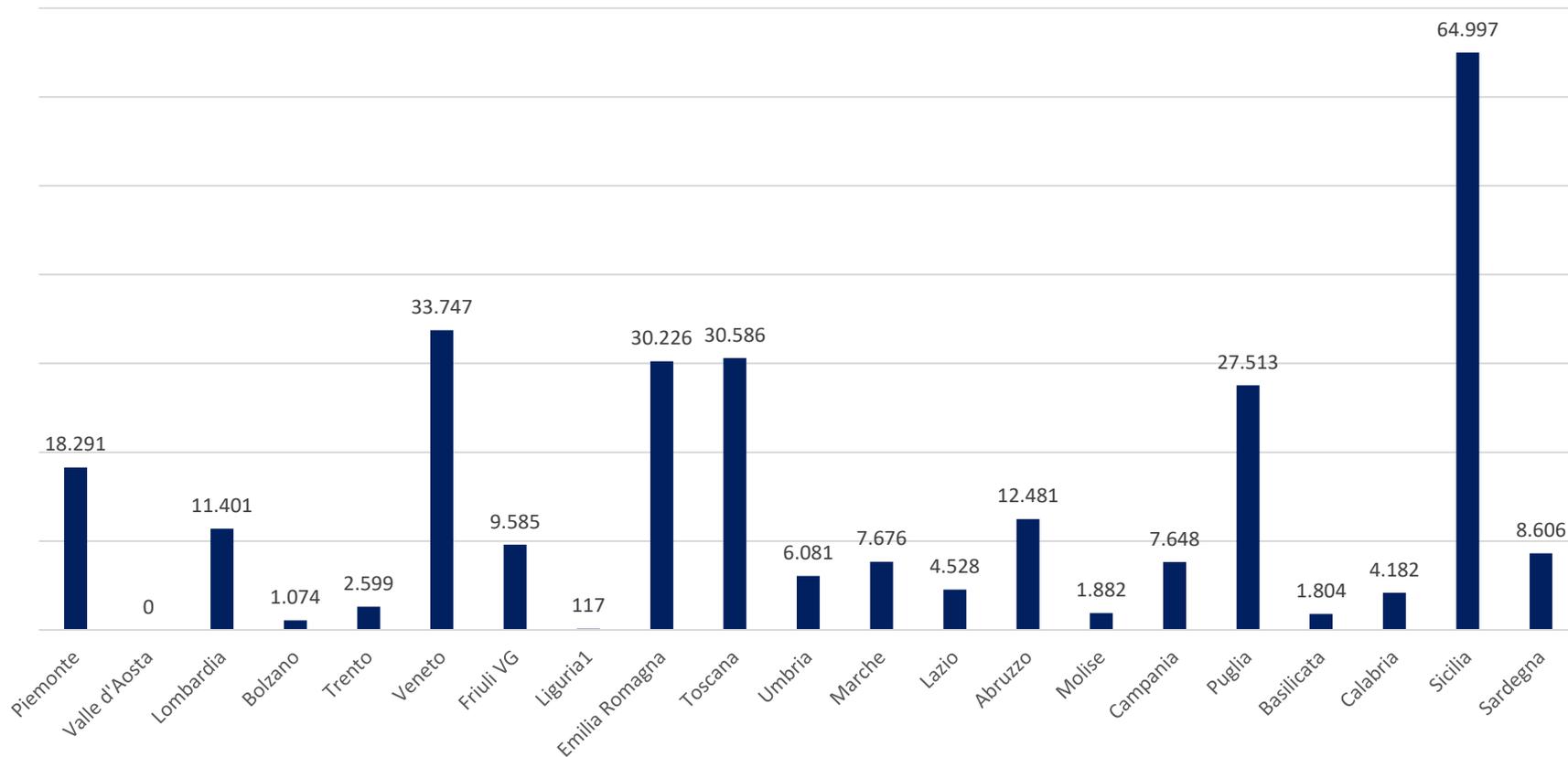
LA SPESA DELLE REGIONI PER MISURA – MEDIA 2014-2020



LA MISURA RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE



IN 20 ANNI DI ATTIVAZIONE DELLA MISURA SONO STATI RISTRUTTURATI IN ITALIA 286 MILA ETTARI, PARI AL 42% DELLA SUPERFICIE ATTUALMENTE A INVENTARIO



Fonte: Ismea su dati Agea e Mipaaf





10

Analisi Swot





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

- ✓ Ripresa economica post pandemia da Covid-19
- ✓ 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 conseguenze della Brexit, il tasso di crescita della Cina non all'altezza delle aspettative, l'impatto della nuova legislazione russa sul vino e l'allentamento delle politiche protezionistiche USA.



ANALISI SWOT: PUNTI DI FORZA



F1	Elevato know how da parte dei produttori di uve
F2	Vasto patrimonio ampelografico
F3	Condizioni relativamente favorevoli per l'impianto o l'acquisizione di vigneti, per l'avvio o l'ampliamento dell'attività, al di fuori delle zone più prestigiose dove i costi della terra vitata sono molto alti.
F4	Facile accesso a fornitori di input e servizi all'avanguardia.
F5	Capacità di superare problemi importanti (es. scandalo del metanolo) superato grazie a processi di innovazione.
F6	Offerta diversificata in base al segmento di destinazione supporta il vantaggio competitivo sui mercati internazionali.
F7	Coordinamento dal parte della cooperazione di migliaia di viticoltori molto piccoli.
F8	Grande numero di professionisti qualificati
F9	Presenza di reti interregionali che collegano singole cantine per sviluppare sinergie nella promozione internazionale e per sostenere le attività dell'enoturismo.
F10	Sostegno in vario modo dall'azione delle istituzioni pubbliche, favorendo anche i processi di innovazione.
F11	Accesso al mercato supportato da molte fiere del vino
F12	Supporto da parte di molti enti di ricerca e di Istituti scolastici
F13	Disponibilità di servizi esterni per interventi meccanici in vigna (potatura, raccolta, ecc.) e di servizi mobili di imbottigliamento e filtraggio; possibilità per i piccoli produttori di imbottigliare, filtrare o stoccare il vino nelle cantine più grandi.
F14	Numero molto elevato di consumatori incoraggiati moltiplicare le esperienze di degustazione, e quindi a rafforzare la loro capacità di valutazione: almeno quattro guide enologiche ampiamente vendute, riviste specializzate, una grande presenza del vino nei media degli stili di vita, enoturismo e azione delle cantine attraverso i social network.
F15	Elevato numero di imprese differenti tra loro (con produzione e specializzazione e produttiva diversa) che determinano un sistema produttivo con elevate situazioni di distrettualità, nel quale si sviluppano sinergie e che è caratterizzato da un'elevata flessibilità.
F16	Elevato valore paesaggistico e storico del vigneto Italia con territori già tutelati

ANALISI SWOT: PUNTI DI DEBOLEZZA



D1	Redditi agricoli soggetti ad ampia variabilità e volatilità che non sempre garantiscono l'integrale copertura dei costi
D2	La differenziazione dei vini DOP nelle due categorie nazionali DOCG e DOC non è ben compresa nei mercati esteri
D3	I prezzi di offerta dei prodotti IG (DOCG, DOC e IGT) non corrispondono in modo sistematico al pregio che intuitivamente dovrebbe essere associato alle diverse categorie. Difficoltà di politiche di trading up
D4	Protocolli di sostenibilità certificati ancora poco diffusi
D5	Non uniforme la diffusione della capacità di essere orientate al mercato
D6	Non uniforme capacità di e adottare le innovazioni e di sfruttare le moderne tecnologie dell'informazione e comunicazione.
D7	Sviluppo insufficiente di forme di integrazione orizzontale tra le imprese
D8	Carenza di integrazione con altre attività economiche quali quelle legate al turismo
D9	Insufficiente coordinamento tra le organizzazioni e le associazioni dei produttori
D10	Livello di servizi da parte del Sistema Paese non ottimale in termini di: i) eccessiva burocrazia nei controlli; ii) carenza nella disponibilità di informazioni sui consumatori e sul mercato interno; iii) carenza servizi di supporto all'internazionalizzazione: a) raccolta ed elaborazione tempestiva di informazioni complete sui mercati; b) programmazione e gestione coordinata delle azioni di promozione e comunicazione; iv) carenza nell'offerta di ricerca e formazione in viticoltura, enologia e in ambito economico (gestione, marketing e organizzazione) specifica per le diverse tipologie di prodotto; v) carenza nell'offerta di servizi logistici che limitano, soprattutto alle piccole e medie imprese, la possibilità di terziarizzare le attività.
D11	Non adeguata disponibilità di banche dati e strumenti tecnologici per presidiare l'autenticità dei vini
D12	Problemi di applicabilità delle norme sulla gestione dell'offerta (art. 39, L 238/2016) per vincolo di applicazione lineare delle decisioni
D13	Modesta capacità dei Consorzi di Tutela di una programmazione strategica dell'offerta della DO tutelata che si riflette in una non applicazione della norma che consente ai Consorzi di spendere un piano Triennale (DM 18/7/2018)



ANALISI SWOT: OPPORTUNITÀ E MINACCE



Opportunità		Minacce	
O1	La riforma della PAC offre la possibilità di valorizzare in modo più efficace le iniziative assunte o assumibili dal sistema produttivo nella direzione del rafforzamento della sostenibilità	M1	Effetti del cambiamento climatico (le viti potrebbero essere maggiormente soggette a malattie o carenza idrica)
O2	La ripresa economica post pandemia potrebbe offrire ampi margini di crescita sia nei mercati tradizionali che in quelli in cui il vino ha un consumo più recente	M2	Competizione con Paesi che fruiscono di maggior supporto dal sistema Paese
O3	Possibilità di incrementare la vendita on line legata alla digitalizzazione	M3	Rischio spopolamento aree rurali marginali
O4	Crescente attenzione alla valorizzazione dei territori e dell'enogastronomia come parte integrante del patrimonio culturale e questo potrebbe spingere le vendite dirette e gli altri servizi al alto valore aggiunto legati all'enoturismo	M4	Crescente attenzione al problema dell'abuso di sostanze alcoliche
O5	Crescita dell'interesse per i vini di maggiore pregio (sebbene con tassi bassi)	M5	Richiesta della GDO nazionale ed europea di certificazioni private riguardanti aspetti ambientali ed etici della produzione
O6	Crescente interesse per l'economia circolare	M6	



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 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 E STRATEGIE PER SUPERARE LA CRISI SANITARIA 2020



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

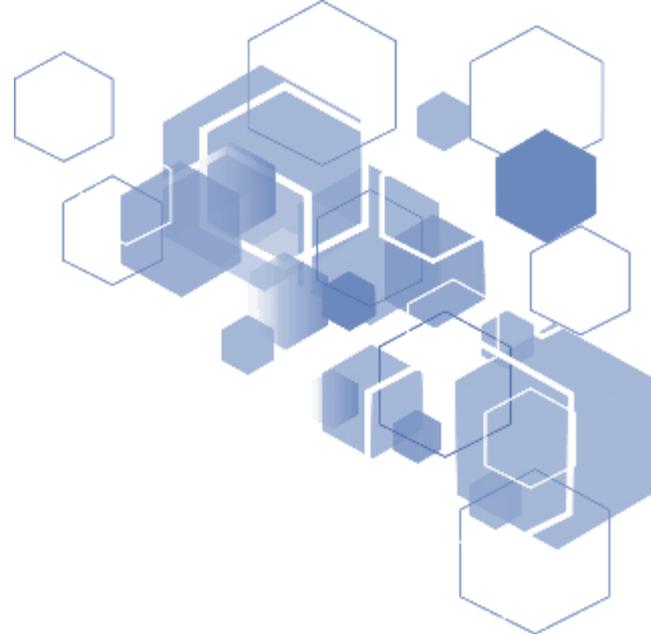
La **crisi sanitaria del 2020** ha, comunque, rallentato l'iter della riforma perché la Ue si è concentrata sulle misure di emergenza.

La crisi sanitaria ha **rallentato scambi internazionali** e **consumi** nel settore HoReCa sia italiano che estero i cui effetti sono stati una flessione dei fatturati 2020, una forte incertezza su quelli 2021 sebbene si stimino in crescita sull'anno precedente e, probabilmente, a cambiamenti nelle abitudini di consumo e di acquisto.

È urgente quindi sviluppare un'idea organica ma articolata del settore vitivinicolo italiano dei prossimi 10 anni, tenendo anche conto delle «novità» intervenute nel 2020 e nei primi mesi 2021, nella quale i diversi modelli vitivinicoli contribuiscono, dove appropriato, alla valorizzazione delle risorse umane e fisiche esistenti con un'attenzione sempre più elevata alla sostenibilità declinata nei diversi aspetti (ambientale, economico e sociale)

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

