

# FABBISOGNI E STRUMENTI DI INTERVENTO NEL SETTORE VITIVINICOLO ITALIANO ALLA LUCE DEGLI OBIETTIVI DELLA NUOVA PAC

Dicembre 2020





**Documento realizzato nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale 2014-20**

**Piano di azione biennale 2019-20**

**Scheda Ismea 6.1 "Complementarietà e No double Funding"**

Autorità di gestione: Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

Ufficio DISR2 - Dirigente: Paolo Ammassari

Responsabile scientifico: Fabio Del Bravo

Coordinamento operativo: Antonella Finizia

Autori: Eugenio Pomarici\*, Tiziana Sarnari

\*Professore Ordinario Università degli Studi di Padova – Dipartimento TeSAF

Data: dicembre 2020

Impaginazione e grafica:

Roberta Ruberto e Mario Cariello





# Indice

<b>Introduzione .....</b>	<b>5</b>
<b>1 Analisi del settore vitivinicolo italiano.....</b>	<b>6</b>
1.1 Il quadro generale e l'esperienza della crisi .....	6
1.2 La produzione dell'uva .....	9
1.2.1 Le aziende agricole e la superficie vitata .....	9
1.2.2 I prezzi delle uve, l'indice dei costi della viticoltura e il ricavo medio ad ettaro .....	14
1.3 La struttura del settore vinicolo .....	16
1.3.1 Evoluzione della produzione del vino ed equilibrio di mercato .....	16
1.3.2 Le aziende vinicole .....	18
1.3.3 Investimenti, risorse umane e innovazione .....	19
1.4 La destinazione della produzione .....	22
1.4.1 Il ruolo delle esportazioni .....	22
1.4.2 Evoluzione dei consumi .....	24
1.5 Segmentazione dell'offerta e orientamento al mercato .....	26
1.6 La certificazione della qualità e della sostenibilità .....	27
1.7 La ripartizione del valore lungo la filiera .....	28
1.8 Relazioni di rete nella filiera .....	30
1.8.1 La cooperazione.....	30
1.8.2 I Consorzi di tutela .....	31
1.9 Gestione offerta .....	32
<b>2 Analisi SWOT del settore vitivinicolo italiano .....</b>	<b>33</b>
2.1 Punti di forza .....	34
2.2 Punti di debolezza .....	36
2.3 Opportunità.....	37
2.4 Minacce .....	38
<b>3 Analisi dei fabbisogni del settore vitivinicolo italiano in relazione al raggiungimento dei nove obiettivi specifici della nuova PAC.....</b>	<b>38</b>
3.1 Obiettivo specifico 1: Sostenere un reddito agricolo sufficiente e la resilienza in tutta l'Unione per migliorare la sicurezza alimentare.....	41
3.2 Obiettivo specifico 2: Migliorare l'orientamento al mercato e aumentare la competitività .....	41
3.3 Obiettivo specifico 3: Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena del valore.....	43
3.4 Obiettivo specifico 4: Contribuire alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento a essi, come pure allo sviluppo dell'energia sostenibile .....	43
3.5 Obiettivo specifico 5: Favorire lo sviluppo sostenibile e un'efficiente gestione delle risorse naturali come l'acqua, il suolo e l'aria .....	45
3.6 Obiettivo specifico 6: Contribuire alla tutela della biodiversità, rafforzare i servizi ecosistemici e preservare gli habitat e il paesaggio.....	46
3.7 Obiettivo specifico 7: Attrarre giovani agricoltori e facilitare lo sviluppo imprenditoriale nelle zone rurali	46
3.8 Obiettivo specifico 8: Promuovere l'occupazione, la crescita, l'inclusione sociale e lo sviluppo locale nelle zone rurali, inclusa la bioeconomia e la silvicoltura sostenibile.....	47



3.9	Obiettivo specifico 9: Migliorare la risposta dell'agricoltura dell'UE alle esigenze della società in materia di alimentazione e salute, compresi alimenti sani, nutrienti e sostenibili, nonché il benessere degli animali .....	48
<b>4</b>	<b>Priorità della PAC, obiettivi strategici per il vino italiano ed esigenze di ribilanciamento e complementarità dell'intervento a favore del settore.....</b>	<b>50</b>
4.1	Evoluzione del mercato, obiettivi strategici del settore e obiettivi PAC .....	50
4.2	Obiettivi, gestione delle risorse disponibili e altri interventi .....	52
	<b>Considerazioni finali.....</b>	<b>54</b>



# Introduzione

Nella primavera del 2018 la Commissione Europea ha pubblicato le proposte di regolamento per la PAC post 2020. Queste proposte delineano un'organizzazione normativa della nuova PAC molto diversa dalla precedente che, a parte gli aspetti formali, si caratterizza per un nuovo approccio strategico che impone agli Stati Membri maggiori responsabilità nel definire l'utilizzazione delle risorse a livello locale e che pone al centro il tema della riduzione/annullamento dell'impatto ambientale della produzione nella prospettiva dello sviluppo sostenibile. Questo importante passaggio della politica agricola comunitaria, peraltro, sta diventando un elemento di un più ampio processo di riorientamento strategico della politica dell'Unione Europea guidato dall'iniziativa della Commissione denominata *European Green Deal* e da quella collegata denominata *Farm to Fork*.

La proposta della Commissione di riforma della PAC conferma, anche per il nuovo ciclo di programmazione, interventi settoriali con una struttura predefinita, che riprendono in buona misura i regimi di aiuto in scadenza. Pertanto, per quanto riguarda il vino le misure di spesa previste fin alla riforma del 2008, e confermate nella revisione del 2013, sono contemplate anche nella nuova proposta di riforma, anche se si profilano novità normative di varia natura.

I governi degli Stati Membri e tutti gli stakeholder presenti nel settore vitivinicolo sono ormai impegnati, in modo diretto e indiretto, nel processo che dalle proposte di regolamento presentate e in discussione nel Parlamento e nel Consiglio porterà ai regolamenti definitivi e sarà opportuno che tutti i soggetti possano intervenire nel dibattito con piena consapevolezza delle caratteristiche del settore vitivinicolo, e di come la filiera del vino italiana si collochi in un sistema di scambi e relazioni fortemente globalizzato. È necessario che chi interverrà nel dibattito possa cogliere la complessità di un sistema produttivo di grande dimensione (il settore vitivinicolo italiano è il più grande del mondo in termini di capacità produttiva insieme a quello francese), che si estende in modo capillare su tutto il territorio nazionale (caso unico nel mondo), coinvolgendo imprese di tutte le dimensioni, che operano con modelli di integrazione a monte e a valle, organizzativi e di orientamento produttivo molto diversi.

In questa prospettiva, il rapporto che segue intende fornire un'analisi del settore vitivinicolo che muove da una presentazione della sua complessa e articolata struttura e della sua posizione competitiva, per individuare alcuni elementi di supporto all'integrazione del settore vino nel Piano strategico nazionale (PSN) della PAC, in un'ottica di uso complementare dei diversi strumenti messi a disposizione dalla nuova PAC.

Il rapporto è strutturato nel modo seguente: la sezione 1 presenta un quadro aggiornato quantitativo e qualitativo del settore vitivinicolo italiano, presentando anche alcuni dati non già diffusi e analizzati dall'ISMEA; la sezione 2 sintetizza la posizione competitiva del settore, qualificando gli elementi di forza e di debolezza (analisi interna), nonché le opportunità da cogliere e le minacce da fronteggiare (analisi esterna); la sezione 3 analizza le criticità che il sistema vitivinicolo italiano presenta rispetto al raggiungimento degli obiettivi specifici della PAC riformata e individua i temi sui quali si dovrebbe concentrare il sostegno al settore, utilizzando nel quadro di una estesa complementarietà i diversi strumenti disponibili, per raggiungere detti obiettivi; la sezione 4, infine, discute come, alla luce delle opportunità strategiche che si aprono per il vino italiano e le priorità della PAC, sia opportuno un ribilanciamento nella distribuzione delle risorse tra le varie misure anche al fine di un inserimento adeguato del settore nella nuova prospettiva green e, quindi, della costruzione di condizioni idonee a centrare i più ambiziosi obiettivi ambientali che sono elementi caratterizzanti del nuovo corso della PAC.



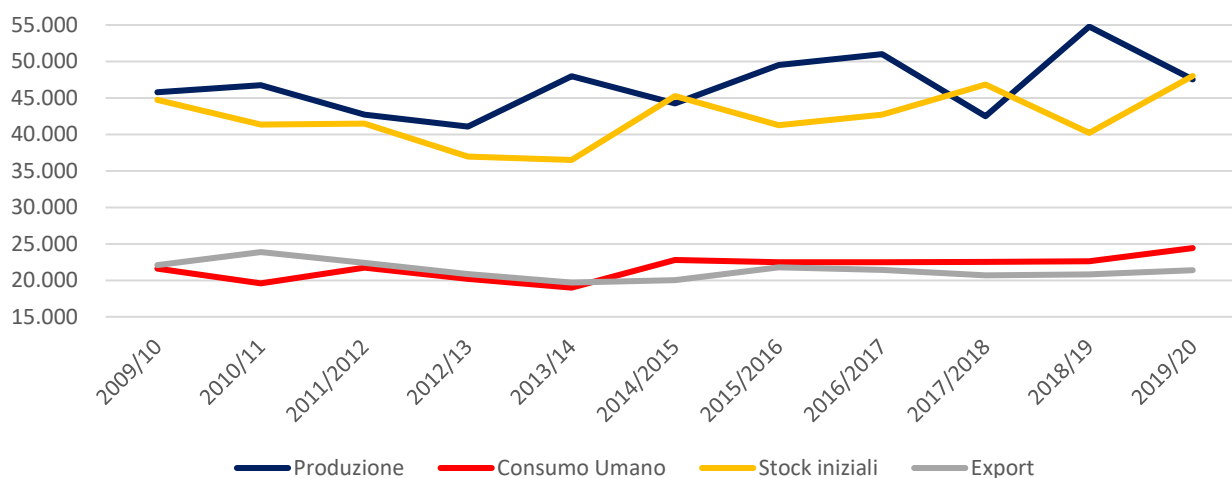
# 1 Analisi del settore vitivinicolo italiano

## 1.1 Il quadro generale e l'esperienza della crisi

Il settore vitivinicolo si contraddistingue per essere uno dei più dinamici all'interno del panorama agroalimentare italiano. È un settore che si posiziona, peraltro, ai vertici internazionali essendo l'Italia il primo produttore mondiale e il secondo esportatore. Proprio per questa sua posizione di primaria importanza nello scacchiere mondiale degli scambi la Rete Rurale Nazionale ha dedicato un report appena pubblicato dal titolo *"Il mercato del vino in Italia e nel mondo prima e dopo il Covid-19"*<sup>11</sup>, per mettere in evidenza quali sono le dinamiche degli scambi mondiali e quali possono essere gli scenari a seguito della crisi sanitaria in atto.

Nella graduatoria dei consumi, invece, l'Italia è solo terza e con una prospettiva di slittamento al quarto o quinto posto secondo alcune previsioni a medio termine, non tanto ormai per la contrazione del mercato nazionale, quanto per l'espansione dei consumi in Cina. Infatti, dopo un lungo periodo di flessione, ormai i consumi in Italia sono attestati intorno ai 22-23 milioni di ettolitri. La riduzione dei consumi interni, che in un trentennio ha sostanzialmente dimezzato la dimensione del mercato domestico, ha fatto sì che numerosissime aziende, di tutte le dimensioni, si orientassero in modo crescente verso il mercato estero, affrontando con successo tutte le difficoltà che comporta approcciare nuovi mercati, a volte anche molto lontani sia in termini fisici che di abitudini alimentari e culturali.

**Figura 1 – Disponibilità e utilizzi: le principali variabili del settore (migliaia di ettolitri)**



Fonte: RRN/Ismea

Negli ultimi anni il settore vinicolo italiano è stato chiamato ad affrontare, quindi, una serie di cambiamenti legati alla domanda interna e internazionale, alla sempre maggior concorrenza e ai mutamenti nelle legislazioni comunitaria che, di fatto, ha annullato le tradizionali misure di mercato tipiche del settore (distillazioni e magazzinaggio privato) per concentrarsi su quelle destinate a sostenere la competitività.

Il settore nel suo complesso ha certamente superato con successo le sfide rappresentate dai cambiamenti citati e questo ha consentito di mostrare un'indubbia resilienza rispetto all'inedita sfida del 2020.

<sup>11</sup> <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/22350>



Nel 2020, a seguito della diffusione del Covid-19 il mercato globale del vino ha risentito del blocco quasi totale dell'Horeca, del turismo e del generalizzato indebolimento delle economie nazionali che hanno ridotto gli scambi.

In attesa dei dati di consuntivo, si stima una riduzione degli scambi intorno al 6% in volume che potrebbe tradursi in un calo del 10% circa del valore, considerando anche un ribasso generalizzato dei prezzi internazionali. I minori scambi fanno pensare anche a un minor consumo mondiale e, a tale riguardo, le ultime stime dell'OIV (Organizzazione Internazionale della vigna e del vino) indicano una riduzione dei consumi tra il 2 e il 5%, attestando il volume assoluto tra i 232 e i 239 milioni di ettolitri. Più pessimistiche le stime di altri istituti di ricerca, ma tutti sembrano concordi nel dire che nel 2023 i volumi potrebbero nuovamente tornare sui livelli pre-Covid.

Anche nel 2020, comunque, l'Italia sembra confermare la premiership a livello di produzione mondiale con volumi che, secondo i dati delle dichiarazioni di produzione ancora in attesa di ufficializzazione con notifica a Bruxelles, sembrano raggiungere i 49 milioni di ettolitri (+3%). L'Italia – seppur in un generalizzato contesto flessivo – potrebbe, inoltre, riappropriarsi del primato nelle esportazioni mondiali, almeno in volume. Sulla base dei dati dei primi dieci mesi dell'anno, si stima un export per l'intero 2020 pari a 20,8 milioni di ettolitri per un corrispettivo di 6,21 miliardi di euro (rispettivamente -2,7% in volume e -3,4% in valore rispetto al 2019). Una sorta di minimizzazione delle perdite, quindi, che in una situazione così difficile potrebbe anche essere letta in chiave positiva soprattutto se si tiene conto della riduzione degli scambi internazionali complessivi e delle performance dei principali competitor: Francia e Spagna registrano, infatti, flessioni dell'export ben più pesanti rispetto a quelle italiane. Da elaborazioni Ismea su dati IHS, infatti, risulta che da gennaio a ottobre il Paese transalpino ha esportato il 7% in meno in volume per un taglio del 15% in valore, mentre la Spagna ha perso rispettivamente il 10% e il 5%.

La flessione degli scambi, tuttavia, non può essere immediatamente tradotta in una riduzione dei consumi complessivi, in quanto va tenuta in debita considerazione anche la dinamica delle scorte preesistenti. Di fatto, alcuni paesi produttori quali l'Italia hanno visto crescere la domanda interna, così come gli USA.

Per l'Italia, la domanda interna del 2020 è stata trainata dai consumi entro le mura domestiche, mentre l'Horeca ha subito un vero e proprio tracollo. A livello di volumi complessivamente consumati, considerando i dati da bilancio di approvvigionamento, si stima un incremento di circa il 7% che, però, si è tradotto in una riduzione della spesa complessiva: il *lockdown* prima e le limitazioni poi, hanno tenuto i consumatori lontani dai ristoranti e questo ha cambiato il paniere degli acquisti; i vini più penalizzati sono stati quelli di fascia alta, mentre hanno tenuto molto bene gli altri che hanno beneficiato di una maggiore domanda presso la GDO, ma non solo. L'emergenza sanitaria, infatti, ha impresso anche una forte accelerazione nella digitalizzazione del settore vinicolo, tramite un più diffuso ricorso all'e-commerce e a nuove modalità di vendita e interazione con il cliente finale che hanno riguardato anche l'ammodernamento di forme di vendita che si possono definire tradizionali, come la vendita diretta.

Mai come in questo anno appena trascorso si è mostrata la vulnerabilità delle aziende monocanale: chi aveva come cliente solo l'Horeca si è trovato in forte difficoltà, non sono per la flessione della domanda, ma anche per i ritardi nei pagamenti della merce già venduta, con conseguenti problemi di liquidità soprattutto per le imprese meno strutturate. Difficile, quindi, stimare l'impatto di una realtà così composita sul fatturato finale del settore che sconta anche la drastica riduzione dei flussi legati all'enoturismo.

Il vino italiano nel suo complesso, anche in relazione al resto dell'economia e dell'agroalimentare, sembra comunque aver resistito abbastanza bene alla crisi, non avendo però potuto replicare le performance brillanti in termini di valore degli anni precedenti.

E questo si evince anche dal generalizzato livello dei listini alla produzione che nel 2020, secondo l'indice Ismea dei prezzi, segna una sostanziale stabilità rispetto all'anno precedente, risultato però di tendenze



molto diverse tra i segmenti che compongono il settore. Da una parte si evidenzia la crescita dei vini comuni (+10%) e dall'altra la flessione delle Dop (-5%).

All'interno dei vini comuni, peraltro, hanno avuto la meglio i vini bianchi con aumenti a due cifre, mentre i rossi si sono fermati intorno al +6%. Tali incrementi, tuttavia, sono stati attenuati dalla poca dinamicità delle richieste degli ultimi due mesi del 2020 che hanno mostrato livelli dei prezzi inferiori a quelli di inizio campagna, ma anche dello stesso periodo dell'anno precedente.

I vini bianchi, inoltre, hanno avuto performance migliori anche tra le Dop dove, in un contesto di generale flessione delle quotazioni, hanno contenuto i ribassi nell'ordine del -4%, rispetto al -6% del segmento dei rossi.

**Tabella 1 - I principali numeri del settore vitivinicolo italiano**

	2016	2017	2018	2019	2020*	Var. % 2020*/19
<b>Struttura</b>						
aziende agricole <sup>1</sup>	310.428	-	-	-	-	-
superficie <sup>2</sup>	645.800	652.217	657.708	666.421	671.139	0,7%
ha/azienda	2,08	2,1	2,1	2,1	2,2	0,7%
aziende vinificatrici <sup>2</sup>	45.730	42.000	45.730	45.631	-	-
imprese industriali <sup>3</sup>	2.061	2.032	1.955	-	-	-
addetti industria	13.124	13.124	13.124	13.124	13.124	0,0%
addetti/industria	4,9%	4,9%	4,8%	-	-	-
<b>Offerta</b>						
Produzione <sup>2</sup>	50.990	42.499	54.783	47.533	49.066	3,2%
peso denominazioni (Doc/Docg) <sup>4</sup>	27%	35%	31%	34%	34%	0,0%
produzione/consumo	228%	188%	245%	210%	203%	-3,6%
fatturato industria <sup>5</sup>	12.798	13.004	13.200	13.400	12.000	-10,4%
peso sul fatturato ind. agroalimentare <sup>5</sup>	9,7%	9,8%	10,0%	10,0%	10,0%	0,0%
quota di mercato prime quattro imprese <sup>5</sup>	9,2%	9,4%	9,4%	9,5%	9,5%	0,0%
<b>Scambi con l'estero<sup>6</sup></b>						
Import <sup>6</sup>	307	322	351	334	297	-11,0%
import/consumi	7,6%	9,2%	9,1%	7,4%	7,1%	-3,8%
peso sul tot. agroalimentare	0,8%	0,7%	0,8%	0,7%	0,7%	0,0%
Export	5.627	6.005	6.236	6.432	6.252	-2,8%
peso sul tot. Agroalimentare	14,7%	14,6%	14,7%	14,4%	14,4%	0,0%
export/produzione	40,4	50,9	36,0%	45,4%	40,8%	-10,1%
Saldo	5.320	5.683	5.886	6.098	5.954	-2,4%
saldo normalizzato	89,6	89,8	88,8%	89,6%	90,5%	1,0%
<b>Domanda</b>						
consumo totale apparente <sup>7</sup>	22.400	22.442	22.542	22.600	24.200	7,1%
consumo pro capite apparente	37,3	37,8	37,60	37,4	40,1	7,3%
<b>Mercato<sup>8</sup></b>						
Indice dei prezzi alla produzione del vino	137,4	145,8	173,8	145,4	145,1	-0,2%
- vini comuni	120,9	146,5	190,7	134,1	146,8	9,5%
- vini Igt	135,0	137,3	163,8	146,1	144,3	-1,2%
- vini Doc-Docg	152,8	153,3	170,4	152,2	144,8	-4,9%

1) Spa 2013; 2) Agea; 3) Asia-Istat; 4) Dati dichiarazioni produzioni certificate su produzione totale; 5) Stima Ismea su dati Federalimentare, Mediobanca e altre; 6) Istat; 7) Da bilancio di approvvigionamento; 8) Ismea; \*i dati 2020 relativi a commercio con l'estero e fatturati sono stimati.





Un settore che ha resistito in modo complessivamente soddisfacente alla crisi del 2020, anche se singole imprese sono state colpite in modo duro, è certamente nelle condizioni di trovare nella nuova PAC un'occasione per accrescere il suo vantaggio competitivo e di contribuire anche al raggiungimento degli obiettivi di equilibrio territoriale valorizzando aree difficili e marginali.

È necessario, tuttavia, sviluppare un'idea organica ma articolata del settore vitivinicolo italiano per i prossimi 10 anni, nella quale i diversi modelli vitivinicoli esistenti possano contribuire alla valorizzazione delle risorse umane e fisiche esistenti. Per disegnare il domani del settore è necessario però conoscere l'oggi e in questa prospettiva i prossimi paragrafi di questa sezione del report illustrano i diversi aspetti strutturali, l'entità dei flussi e i modelli organizzativi del settore vitivinicolo italiano.

In primo luogo viene presentato il sistema della produzione dell'uva, per coglierne gli elementi dimensionali e economici essenziali. Successivamente viene considerato il sistema della produzione del vino, avendo come oggetto di osservazione le imprese trasformatrici che tuttavia in molti casi e in misura differente sono integrate a monte con la produzione dell'uva, anche in questo caso cogliendone gli aspetti dimensionali ed economici. Infine, viene proposta una visione d'insieme del settore, mettendo a fuoco il ruolo dei diversi modelli organizzativi della produzione e distribuzione, i modelli di distribuzione del valore, i processi di innovazione e gestione dell'offerta.

## 1.2 La produzione dell'uva

### 1.2.1 Le aziende agricole e la superficie vitata

Una peculiarità del sistema viticolo nazionale è l'elevato numero di vitigni, oltre 500, che rendono il vino italiano il più differenziato del mondo. Le prime 10 varietà per quota sulla superficie vitata nazionale rappresentano il 38% del totale e tra queste quelle internazionali, Merlot e Chardonnay, rappresentano una quota molto contenuta. Nel loro insieme le varietà internazionali rappresentano meno del 15% della superficie vitata nazionale. A valorizzare questa ricchezza, mettendo in luce le interazioni tra vitigno e ambiente di produzione, contribuisce un grande numero di vini con origine geografica riconosciuta: 409 vini con denominazione di origine protetta (DOP) e 128 vini con indicazione geografica protetta (IGP) che la cui produzione interessa tutto il territorio nazionale<sup>2</sup>.

Negli ultimi anni il settore vinicolo italiano è stato caratterizzato da profondi cambiamenti. È diminuita la superficie vitata ed è cambiato il quadro ampelografico delle varietà impiantate e parallelamente l'offerta si è sempre più orientata verso la produzione di vini DOP e IGP non tralasciando, comunque, anche i vini senza indicazione geografica (vini comuni nel testo che segue) di cui si è certamente innalzata la qualità.

In questo contesto ad essere cambiata è, comunque, la geografia delle superfici vitate.

---

<sup>2</sup> I 409 vini DOP italiani includono: 77 vini con denominazione di origine controllata e garantita (DOCG) e 332 vini con denominazione di origine controllata (DOC). DOCG e DOC rappresentano le menzioni tradizionali utilizzate in Italia per presentare i vini DOP riconosciuti ai sensi del Reg. (CE) 1308/2013 dell'UE. L'attribuzione di dette menzioni tradizionali ai vini prodotti in Italia è regolata, nel quadro della normativa europea, dalla Legge 238/2016. I vini IGP italiani possono essere presentati al pubblico come vini a indicazione geografica tipica (IGT); IGT rappresenta la menzione tradizionale utilizzata in Italia per presentare i vini IGP riconosciuti ai sensi del citato regolamento dell'UE.



Mentre la flessione si è sentita in maniera decisa in regioni come il Lazio e nelle regioni del Sud, Sicilia in testa, una spinta verso i nuovi impianti è stata registrata nelle regioni interessate alla produzione degli spumanti con denominazione di origine da Glera e del varietale da Pinot Grigio, con in testa il Veneto. Altre regioni del Nord Ovest, invece, hanno visto scendere il proprio patrimonio vitato. È cresciuta anche la quota di superficie iscritta come superficie destinata a vini DOP e IGP, che copre ormai oltre tre quarti dell'intera superficie. Tuttavia, sia perché le rese in vigneto ammesse per la produzione dei vini DOP e IGP sono significativamente più basse di quella ammessa per i vini comuni e sia perché non tutta la superficie disponibile è effettivamente utilizzata per la produzione dei vini DOP e IGP, soltanto metà del vino totale prodotto in Italia è messo sul mercato come vino DOP e IGP. Il disallineamento tra potenzialità di produzione di vini DOP e IGP e produzione effettiva è particolarmente marcato nelle regioni meridionali.

**Tabella 2 - Principali varietà di vite coltivate in Italia**

Varietà	Colore	Quota
Sangiovese	Rossa	7,9%
Montepulciano	Rossa	4,0%
Glera	Bianca	4,0%
Pinot Grigio	Bianca	3,7%
Merlot	Rossa	3,5%
Italia	Bianca	3,2%
Catarratto Bianco Comune	Bianca	3,1%
Trebbiano Toscano / Ugni Blanc	Bianca	3,1%
Chardonnay	Bianca	2,9%
Barbera	Rossa	2,6%
Altre varietà		62,0%

Fonte: OIV su dati Inventario Agea

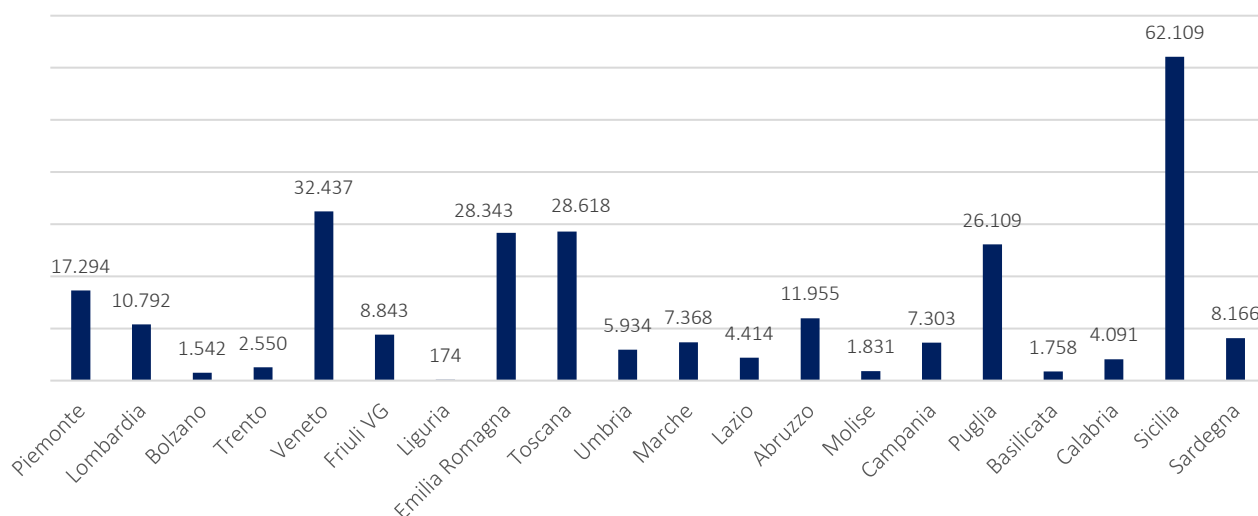
**Tabella 3 - La superficie viticola per regione: trend degli ultimi 10 anni (ettari)**

	2020*	Media 2010/14	Media 2015/19	Var.% Media 2015/19 vs Media 2010/14	Quota vite iscritta a IG (Doc.Docg e Igt)
Piemonte	46.808	48.748	46.498	-5,0%	87%
Valle d'Aosta	455	469	454	-3,0%	71%
Lombardia	24.248	23.153	23.435	1,0%	99%
Trentino Alto Adige	15.752	15.422	15.661	2,0%	95%
- Bolzano	5.564	5.348	5.468	2,0%	100%
- Trento	10.187	10.074	10.194	1,0%	95%
Friuli Venezia Giulia	99.737	21.961	25.830	18,0%	58%
Veneto	28.365	77.024	89.676	16,0%	100%
Liguria	1.615	1.634	1.583	-3,0%	51%
Emilia Romagna	52.035	52.764	51.293	-3,0%	99%
Toscana	59.438	59.132	59.279	0,0%	98%
Umbria	12.659	13.004	12.677	-3,0%	76%
Marche	17.526	17.626	17.287	-2,0%	81%
Lazio	18.323	23.256	18.503	-20,0%	63%
Abruzzo	33.710	32.237	32.416	1,0%	63%
Molise	5.374	5.695	5.366	-6,0%	26%
Campania	24.272	24.479	24.105	-2,0%	34%
Puglia	89.991	87.519	87.568	0,0%	50%
Basilicata	5.051	4.246	4.818	13,0%	24%
Calabria	10.778	11.268	10.599	-6,0%	96%
Sicilia	98.355	107.975	98.548	-9,0%	75%
Sardegna	26.647	28.445	26.362	-7,0%	52%
<b>Totale</b>	<b>671.139</b>	<b>656.056</b>	<b>651.956</b>	<b>-1,0%</b>	<b>77%</b>

Fonte: RRN/Ismea su Agea/Inventario vitivinicolo; \*provvisorio

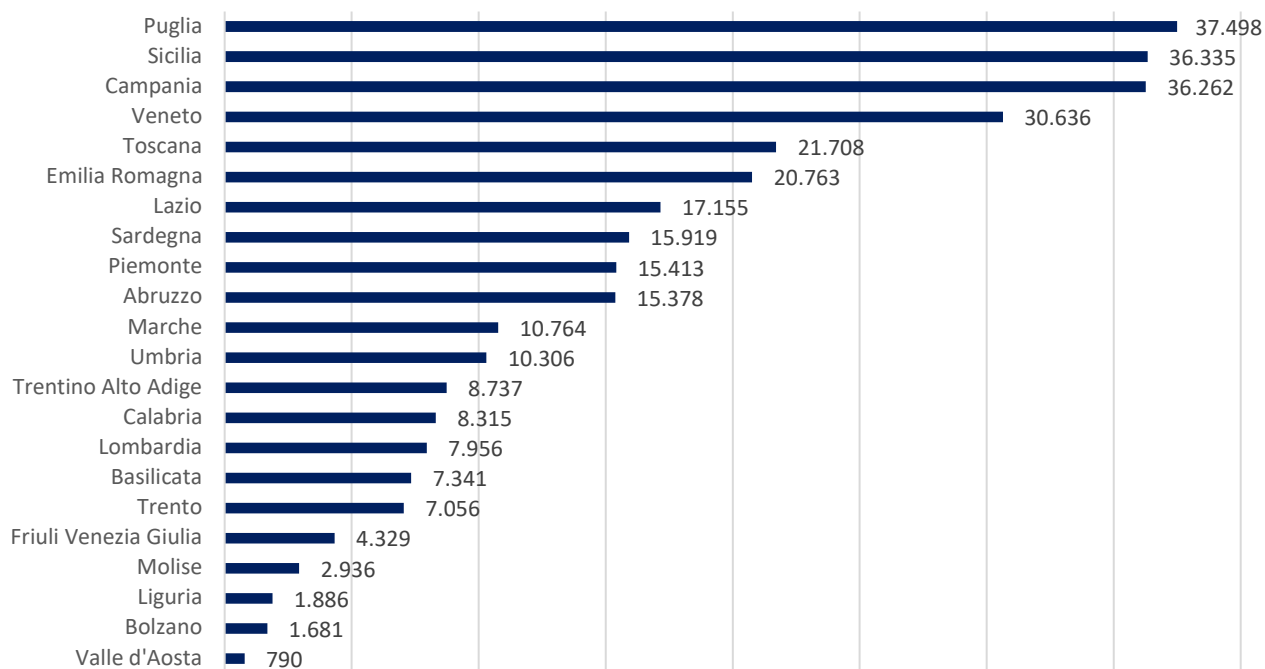


**Figura 2 – La misura ristrutturazione e riconversione per regione: ettari ristrutturati (dal 2000 al 2019)**



Fonte: RRN/Ismea su dati Mipaaf

**Figura 3 – La distribuzione regionale delle aziende vinicole**



Fonte: RRN/Ismea su dati SPA 2013/Istat

La crescita dell'importanza relativa delle regioni del Nord appare certamente legata ad aspetti economici, dato un andamento della domanda nazionale e internazionale per i vini del Nord-Est particolarmente favorevole per diversi anni, mentre non sono ancora manifesti effetti strutturali del cambiamento climatico sulla capacità produttiva delle regioni meridionali, che comunque si confrontano da tempo con problemi di carenza idrica.

Il vigneto italiano conta su una superficie di 671 mila ettari che, dopo anni di costante flessione fino a toccare il minimo nel 2015, con 637 mila ettari, è tornata a crescere grazie anche all'entrata in vigore della nuova normativa sulle autorizzazioni ai nuovi impianti. Di questi oltre il 40% hanno goduto della misura



Ristrutturazione e Riconversione, una delle più efficaci dell'OCM Vino, misura che ha assorbito quasi il 45% del plafond disponibile nel Piano Nazionale di Sostegno.

**Tabella 4 - Aziende con vite che effettuano la dichiarazione di raccolta: distribuzione per classe di dimensione del vigneto**

Regioni/classi di superficie	< 0,5 ha	0,5-1 ha	1-2 ha	2-5 ha	5-10 ha	10-20 ha	20-50 ha	50-100 ha	>100 ha	Totale
Piemonte	31%	15%	16%	21%	10%	5%	1%	0%	0%	100%
Valle d'Aosta	77%	12%	6%	3%	1%	0%	0%	0%	0%	100%
Lombardia	39%	15%	14%	15%	9%	6%	2%	0%	0%	100%
Trentino Alto Adige	63%	19%	10%	6%	1%	0%	0%	0%	0%	100%
Friuli Venezia Giulia	34%	14%	14%	18%	11%	6%	4%	1%	0%	100%
Veneto	30%	18%	18%	20%	9%	4%	1%	0%	0%	100%
Liguria	74%	13%	7%	5%	1%	0%	0%	0%	0%	100%
Emilia Romagna	27%	16%	19%	23%	10%	4%	1%	0%	0%	100%
Toscana	42%	16%	12%	14%	7%	5%	3%	1%	0%	100%
Umbria	56%	15%	10%	9%	5%	3%	2%	1%	0%	100%
Marche	51%	15%	12%	13%	5%	3%	1%	0%	0%	100%
Lazio	32%	20%	18%	17%	7%	3%	1%	0%	0%	100%
Abruzzo	21%	19%	23%	25%	9%	2%	1%	0%	0%	100%
Molise	69%	5%	6%	11%	6%	2%	1%	0%	0%	100%
Campania	50%	19%	15%	12%	3%	1%	0%	0%	0%	100%
Puglia	22%	22%	22%	21%	9%	3%	1%	0%	0%	100%
Basilicata	35%	16%	20%	19%	7%	2%	1%	0%	0%	100%
Calabria	29%	19%	23%	18%	6%	3%	1%	0%	0%	100%
Sicilia	14%	17%	23%	27%	11%	5%	2%	0%	0%	100%
Sardegna	34%	22%	19%	17%	5%	2%	1%	0%	0%	100%
<b>ITALIA</b>	<b>34%</b>	<b>18%</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>8%</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Ismea su dati Agea, dichiarazioni di produzione uve 2015

La superficie vitata è frazionata in un grande numero di imprese, oltre 310 mila, tra le quali si contano numerose micro-aziende che producono non per fini commerciali e che quindi non compaiono nel circuito produttivo che fa capo alle dichiarazioni di produzione uve.

**Tabella 5 - Superficie vitata soggetta alla dichiarazione di raccolta: distribuzione per classe di dimensione del vigneto**

Regioni/classi di superficie	< 0,5 ha	0,5-1 ha	1-2 ha	2-5 ha	5-10 ha	10-20 ha	20-50 ha	50-100 ha	>100 ha	Totale
Piemonte	3%	4%	8%	23%	24%	21%	12%	4%	1%	100%
Valle d'Aosta	31%	17%	17%	20%	11%	4%	0%	0%	0%	100%
Lombardia	2%	3%	5%	12%	16%	19%	16%	8%	19%	100%
Trentino-Alto Adige	18%	17%	18%	24%	13%	5%	3%	1%	0%	100%
Friuli-Venezia Giulia	2%	2%	4%	12%	15%	17%	23%	13%	12%	100%
Veneto	3%	4%	9%	22%	21%	18%	14%	6%	3%	100%
Liguria	24%	15%	15%	25%	14%	2%	4%	0%	0%	100%
Emilia-Romagna	3%	4%	10%	26%	25%	18%	12%	2%	1%	100%
Toscana	3%	3%	5%	12%	13%	17%	22%	13%	13%	100%
Umbria	6%	5%	6%	13%	15%	18%	20%	14%	4%	100%
Marche	5%	5%	8%	17%	16%	18%	19%	5%	8%	100%
Lazio	3%	6%	10%	21%	19%	17%	16%	5%	3%	100%
Abruzzo	2%	6%	13%	32%	23%	11%	9%	2%	3%	100%
Molise	8%	2%	6%	23%	30%	13%	12%	5%	0%	100%
Campania	10%	11%	18%	32%	16%	6%	3%	1%	2%	100%
Puglia	3%	6%	12%	25%	23%	16%	10%	3%	3%	100%
Basilicata	4%	6%	13%	29%	22%	14%	9%	3%	0%	100%
Calabria	3%	6%	14%	24%	17%	18%	13%	2%	4%	100%
Sicilia	1%	4%	10%	24%	22%	21%	12%	3%	4%	100%
Sardegna	4%	8%	13%	25%	18%	13%	8%	7%	5%	100%
<b>ITALIA</b>	<b>3%</b>	<b>5%</b>	<b>9%</b>	<b>22%</b>	<b>20%</b>	<b>17%</b>	<b>13%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>100%</b>

Fonte: RRN/Ismea su dati Agea, dichiarazioni di produzione uve 2015



Anche tra le sole aziende che effettuano la dichiarazione di raccolta convivono entità produttive con dimensione molto diversa. Oltre il 34% di queste hanno meno di mezzo ettaro di vigna e a queste corrisponde appena il 3% della superficie vitata. Nella classe di superficie tra 0,5 e 1 ettaro, invece, è compreso il 18% delle aziende a cui fa capo il 5% della superficie. Le aziende che effettuano la dichiarazione di raccolta con un vigneto di dimensione inferiore all'ettaro sono dunque più della metà in numero, ma controllano solo l'8% della superficie. Questo significa, però, che più di nove decimi della superficie sono condotti da aziende più strutturate; in particolare si può calcolare che il 40% della superficie (circa 200.000 ettari, ossia una superficie analoga a quella USA e ben maggiore di quella di altri competitor del Nuovo Mondo) è controllato da aziende con più di 10 ettari.

**Tabella 6 - La distribuzione regionale delle aziende vitate per partecipazione alla cooperazione**

	Non associate	Associate	Totale
Piemonte	73%	27%	100%
Valle d'Aosta	43%	57%	100%
Lombardia	80%	20%	100%
Trentino Alto Adige	18%	81%	100%
Friuli-Venezia Giulia	71%	29%	100%
Veneto	38%	62%	100%
Liguria	79%	21%	100%
Emilia-Romagna	35%	65%	100%
Toscana	78%	22%	100%
Umbria	69%	31%	100%
Marche	80%	20%	100%
Lazio	69%	31%	100%
Abruzzo	14%	86%	100%
Molise	83%	17%	100%
Campania	84%	16%	100%
Puglia	61%	39%	100%
Basilicata	73%	27%	100%
Calabria	98%	2%	100%
Sicilia	32%	68%	100%
Sardegna	46%	54%	100%
<b>ITALIA</b>	<b>52%</b>	<b>48%</b>	<b>100%</b>

Fonte: RRN/Ismea su dati Agea, dichiarazioni di produzione uve 2015

Certamente la frammentazione del potenziale viticolo è più marcata in alcune regioni, soprattutto in quelle dove predomina l'alta collina e la montagna.

Una caratteristica importante del sistema della produzione dell'uva in Italia, che compensa sotto il profilo dell'efficienza economica la piccola dimensione di molte aziende, è tuttavia la partecipazione a cooperative che con accentuazioni diverse nelle diverse regioni interessa come media nazionale circa la metà delle aziende.

Negli ultimi dieci anni si è assistito ad un modello di evoluzione delle rese uva/ettaro non univoco nelle diverse regioni. Certamente lo spostamento del baricentro dell'offerta verso i vini DOP e IGP ha indotto una tendenza verso una riduzione delle rese, dall'altra però il verificarsi di annate molto favorevoli alla produzione, come per esempio il 2018, ha fatto crescere la resa media. Tutto questo, comunque, con situazioni locali molto diverse per effetto delle diverse situazioni climatiche locali e diverse scelte strategiche di modulazione dell'offerta.





**Tabella 7 - Rese (tonnellate per ettaro) nella viticoltura italiana: medie 2010-2014 e 2015-2019 e loro variazione (D) per regione e per categoria di vino di destinazione**

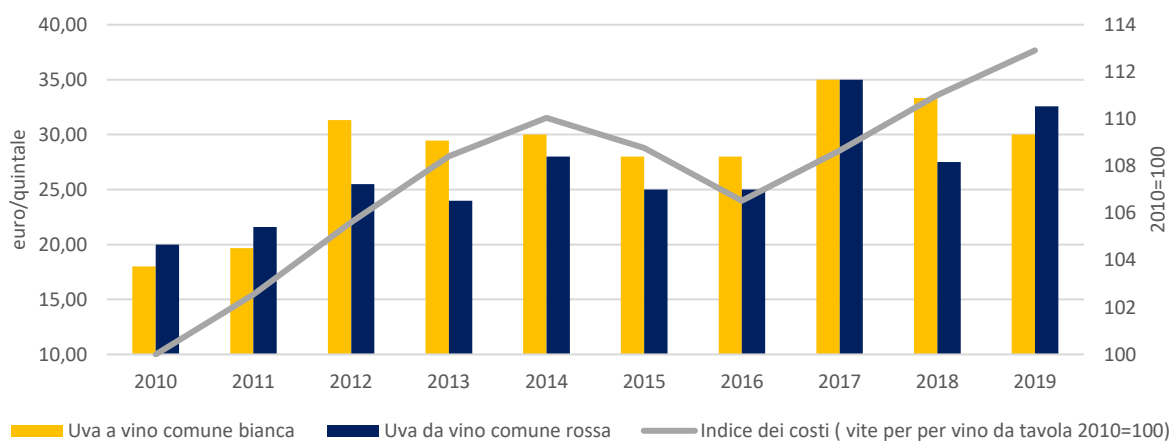
	Uva per vino generico Resa (t/ha)			Uva per vino IGT Resa (t/ha)			Uva per vino DOP Resa (t/ha)			Uva totale Resa (t/ha)		
	2010-14	2015-19	Var.	2010-14	2015-19	Var.	2010-14	2015-19	Var.	2010-14	2015-19	Var.
Abruzzo	25,4	25,4	-0,1%	18,2	18,3	0,2%	12,7	12,6	-0,9%	18,4	18,2	-0,8%
Basilicata	10,9	9,2	-15,6%	8,1	10,1	24,6%	5,9	6,9	16,1%	8,8	8,6	-2,5%
Calabria	4,9	3,8	-22,2%	6,6	6,8	2,6%	6,4	6,6	2,1%	5,9	5,7	-4,7%
Campania	9,8	6,5	-33,7%	10,3	10,3	0,3%	8,5	7,9	-7,1%	9,3	8	-14,4%
Emilia Romagna	21,5	19,4	-9,8%	18,7	17,7	-5,2%	11,9	11,3	-5,1%	17,5	16,2	-7,4%
Friuli Venezia Giulia	7,8	9,3	19,0%	13,8	14	1,1%	9,8	13	33,2%	11,1	13	17,4%
Lazio	17,1	14,5	-15,2%	11,6	11,8	1,7%	11,7	11	-6,3%	13,4	11,7	-12,7%
Liguria	7	6,8	-3,4%	7,8	8,8	11,8%	7,5	7,9	5,4%	7,5	7,9	5,8%
Lombardia	6,2	4,8	-22,1%	13,3	12,2	-8,2%	9,2	9,3	0,6%	9,8	9,4	-4,2%
Marche	8,6	7,9	-9,0%	10,5	10,2	-2,5%	9,4	9	-3,4%	9,4	9,1	-3,3%
Molise	16,3	17,6	7,8%	15,3	15,2	-0,9%	9	9,2	1,3%	15,2	16,5	8,5%
Piemonte	7,6	9,8	29,9%	-	-	-	8,5	8,1	-4,4%	8,4	8,4	0,4%
Puglia	32,5	32,4	-0,3%	14,1	15,1	7,1%	8,6	8,3	-2,7%	22,7	23	1,6%
Sardegna	5,4	4,3	-20,9%	6,8	6	-11,2%	7,4	6,6	-10,8%	6,9	6,1	-11,5%
Sicilia	9,6	9,6	-0,4%	8,6	9,2	6,0%	7,1	7,9	11,9%	8,8	9	2,3%
Toscana	4,3	6,2	42,5%	7,3	6,7	-8,3%	6,8	7	3,0%	6,7	6,8	1,6%
Umbria	5,7	5,4	-4,5%	8,2	8,5	2,6%	7,2	6,8	-5,1%	7,4	7,3	-1,0%
Valle d'Aosta	6,5	5,6	-13,5%	-	-	-	7,4	6,8	-8,5%	7,2	6,6	-8,7%
Veneto	26,2	22,2	-15,2%	17,1	16,9	-1,2%	13,4	14,4	7,8%	16,2	16,3	0,8%
PA Bolzano	8,4	6,9	-17,8%	15,8	9	-42,9%	9,1	8,3	-9,2%	9,2	8,3	-9,8%
PA Trento	12,3	10,5	-14,8%	16,4	16,8	2,5%	11,9	11,8	-1,4%	12,5	12	-4,0%

Fonte: RRN/Ismea su dati Agea, dichiarazioni di produzione uve

### 1.2.2 I prezzi delle uve, l'indice dei costi della viticoltura e il ricavo medio ad ettaro

La dinamica di mercato, partendo dai prezzi delle uve per vino comune, evidenzia negli ultimi anni un aumento tendenziale dei prezzi del 20% tra la prima metà del decennio (2010-2014) e la seconda (2015-2019), salvo oscillazioni congiunturali, a fronte di un aumento medio del 4% dei costi di produzione.

**Figura 4 – Dinamica dei prezzi delle uve per vino da tavola e dell'indice dei relativi costi della viticoltura**

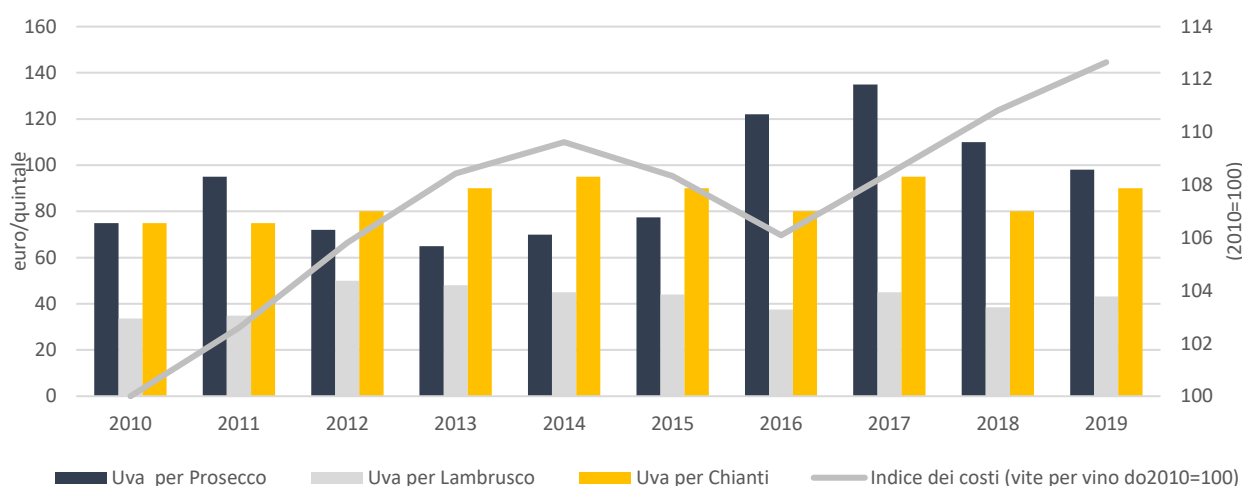


Fonte: Ismea. I prezzi delle uve sono quelli rilevati per la determinazione dei prezzi per il Decreto sulle assicurazioni



Più complessa appare l'evoluzione dei prezzi dei vini DOP; del resto ciascuno dei 408 vini DOP italiani ha caratteristiche qualitative e mercati propri, e rappresenta in buona sostanza un segmento di offerta separato. A titolo illustrativo sono stati considerati tre vini DOP con volumi importanti e con caratteristiche in termini di tipo di prodotto e mercato molto diverse (Chianti, Lambrusco e Prosecco). Si può rilevare, nel periodo considerato (che esclude il 2020 segnato dalla pandemia), che l'evoluzione dei prezzi consente una sostanziale tenuta dell'equilibrio economico delle aziende viticole, messa tuttavia a rischio dalla dinamica dei costi.

**Figura 5 – Dinamica dei prezzi delle uve per vino Do e dell'indice dei relativi costi della viticoltura**



**\* Le uve Lambrusco sono rappresentative di tutte le Doc emiliane.**

Fonte: Ismea. I prezzi delle uve sono quelli rilevati per la determinazione dei prezzi per il Decreto sulle assicurazioni

**Tabella 8 - Il ricavo medio (ultimi 5 anni) del vigneto regionale per destinazione dell'uva prodotta (euro/ettaro)**

	Uva per Vino Comune	Uva per Vino Igt	Uva per Vino Dop	Uva per Vino totale
Abruzzo	8.166	7.304	6.566	7.300
Basilicata	3.088	7.143	4.676	4.529
Calabria	1.238	4.031	4.184	3.122
Campania	2.051	5.957	6.033	4.836
Emilia Romagna	6.763	6.922	5.482	6.342
Friuli Venezia Giulia	3.406	11.974	12.927	12.062
Lazio	4.349	4.216	4.413	4.332
Liguria	2.442	8.687	9.288	8.644
Lombardia	1.694	6.160	6.466	5.738
Marche	2.459	4.999	6.416	3.898
Molise	5.765	5.745	5.956	5.784
Piemonte	4.321		10.629	10.019
Puglia	9.743	5.752	4.662	7.477
Sardegna	1.255	3.951	6.365	5.180
Sicilia	2.893	3.866	4.397	3.826
Toscana	2.414	5.692	7.327	6.651
Umbria	1.651	4.134	4.153	3.865
Valle d'Aosta	2.573		13.348	11.488
Veneto	7.590	9.043	10.241	9.949
Provincia Bolzano	2.774	14.253	21.929	21.463
Provincia Trento	3.885	10.336	17.976	17.402

Fonte: RRN/Ismea



Le condizioni economiche della produzione dell’uva sono comunque molto differenziate nelle diverse regioni, come emerge dal confronto del ricavo medio ad ettaro lungo la Penisola.

I ricavi medi più alti si riscontrano nelle regioni produttrici dei vini che hanno già raggiunto un prestigio molto elevato ma che hanno, però, costi di gestione del vigneto più elevati (per condizioni climatiche, altimetria, rese, etc.).

## 1.3 La struttura del settore vinicolo

### 1.3.1 Evoluzione della produzione del vino ed equilibrio di mercato

Negli ultimi anni la produzione di vino ha profondamente mutato il rapporto di forza tra vini comuni e vini DOP e IGP che potenzialmente potrebbero superare il 60% della produzione anche se, come già spiegato in precedenza, di fatto ne coprono poco meno della metà.

Gli ultimi dieci anni, anche per effetto dell’eliminazione delle tradizionali misure di mercato (distillazioni, magazzinaggio privato e aiuti ai mosti) che in passato avevano rappresentato una rete di salvataggio non inducendo un autocontrollo dell’offerta, hanno fatto registrare una produzione media ben al di sotto dei 50 milioni di ettolitri, in netta flessione rispetto al decennio precedente.

**Tabella 9 - La produzione media regionale di vino e mosto negli ultimi dieci anni (migliaia di ettolitri)**

	Media 2010-14	Media 2015-19	Var. %	Quota 2010-14	Quota 2015-19
Piemonte	2.607	2.704	3,7%	6%	6%
Valle d'Aosta	19	16	-16,3%	0%	0%
Lombardia	1.322	1.388	5,0%	3%	3%
Trentino-Alto Adige	1.175	1.403	19,4%	3%	3%
<i>Bolzano</i>	304	318	4,4%	1%	1%
<i>Trento</i>	824	1.085	31,7%	2%	2%
Veneto	8.446	11.081	31,2%	19%	23%
Friuli Venezia Giulia	1.264	1.752	38,5%	3%	4%
Liguria	60	42	-30,7%	0%	0%
Emilia-Romagna	6.737	8.004	18,8%	15%	16%
Toscana	2.577	2.392	-7,2%	6%	5%
Umbria	749	420	-43,9%	2%	1%
Marche	908	861	-5,2%	2%	2%
Lazio	1.340	865	-35,5%	3%	2%
Abruzzo	2.551	3.145	23,3%	6%	6%
Molise	292	214	-26,8%	1%	0%
Campania	1.593	673	-57,7%	4%	1%
Puglia	5.924	9.021	52,3%	13%	18%
Basilicata	141	83	-41,3%	0%	0%
Calabria	342	115	-66,4%	1%	0%
Sicilia	5.498	4.473	-18,6%	12%	9%
Sardegna	570	441	-22,7%	1%	1%
<b>Italia</b>	<b>44.115</b>	<b>49.092</b>	<b>11,3%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: RRN/Ismea su dati Agea e Istat

Le produzioni totali di vino, coerentemente con quanto già rilevato per la produzione dell’uva, hanno mostrato uno spostamento del baricentro verso le regioni settentrionali, segnatamente quelle del Nord Est, il cui sviluppo dell’offerta ha indotto a importanti modifiche del sistema delle denominazioni con il riconoscimento delle DOC Prosecco, della DOCG Conegliano Valdobbiadene e la DOC delle Venezie con tipologia unica Pinot grigio. Al Sud da segnalare l’ottima *performance* della Puglia che, grazie anche alla crescente qualificazione del prodotto e ad un maggior controllo della variabilità produttiva, ha guadagnato quote nel panorama produttivo nazionale. Di contro, si osserva la flessione piuttosto importante dei volumi siciliani, conseguenza di una flessione delle superfici, di annate particolarmente problematiche dal punto di



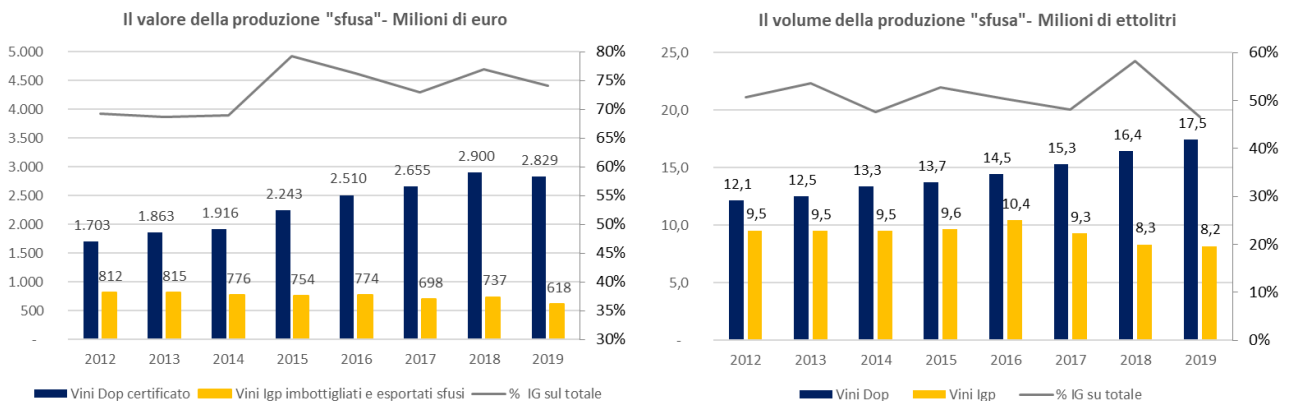
vista climatico e della ricerca di una maggiore qualificazione dell'offerta, che ha comportato un aumento della produzione di vini DOP e IGP con rese in vigna inferiori a quelle abituali per la produzione dei vini comuni.

Si osserva, tuttavia, un aumento della media produttiva nella seconda parte del decennio, dovuta principalmente all'eccezionale annata 2018, quando sono stati raggiunti i 55 milioni di ettolitri, praticamente il record degli ultimi 10 anni. Questo, in mancanza di una domanda altrettanto dinamica sia interna che estera, ha inciso sulle scorte finali che a fine campagna 2018/19 sono risultate pari a 48 milioni di ettolitri, portandosi su un livello di gran lunga superiore a quello che si può considerare fisiologico. Le scorte sono certamente funzionali all'operatività del sistema produttivo vitivinicolo, però se aumentano eccessivamente diventano problematiche, creando condizioni che possono condurre comportamenti speculativi che possono deprimere i mercati intermedi e generare fenomeni di selezione avversa.

Di fatto l'andamento delle vendite nel 2019 e nel 2020 (anno peraltro gravato dall'epidemia Covid-19) non ha consentito un ritorno delle scorte ai livelli precedenti la vendemmia 2018 e, nella prospettiva di una contrazione anche limitata dei mercati nel breve termine, l'equilibrio tra domanda e offerta potrebbe essere compromesso. Nella sezione 1.8 si discuterà degli strumenti a disposizione per il controllo dell'equilibrio di mercato.

Relativamente alla produzione dei vini con indicazione di origine geografica, si evidenzia, a fronte di una certa staticità in termini di valori e volumi degli IGT, che quelli DOP sono cresciuti tra il 2012 e il 2019 del 65% in valore e del 43% in volume, esibendo quindi una notevole sviluppo della capacità di creare valore. Complessivamente DOP e IGP esprimono ormai più del 70% del valore della produzione nazionale di vino.

**Figura 6 – Evoluzione delle IG in volume e valore**



Fonte: Ismea su dati Organismi di certificazione. In termini di volumi la produzione Igp è messa in relazione con la produzione dell'autunno precedente

La ricchezza del patrimonio dei vini DOP e IGP in Italia rappresenta certamente un punto di forza dell'offerta e una leva decisiva per la valorizzazione dei diversi territori. Si rileva tuttavia una forte concentrazione dell'offerta di questi vini. Relativamente alle DOP, le prime dieci in termini di volume di offerta rappresentano il 60% dei volumi certificati; nel caso delle IGP la quota delle prime 10 arriva addirittura all'80%.

Sebbene i prodotti DOP e IGP vedano crescere in modo importante il loro ruolo nell'offerta nazionale, la produzione dei vini comuni è tutt'altro che marginale e garantisce senso economico a una parte importante della viticoltura da vino italiana. I vini comuni che rappresentano più della metà del volume prodotto si confrontano tuttavia su mercati molto aperti anche alla concorrenza estera, e richiedono quindi strategie appropriate da aggiornare costantemente.



### 1.3.2 Le aziende vinicole

Tra i tanti piccoli e grandi cambiamenti che hanno investito il mondo del vino negli ultimi anni c'è anche quello relativo alla riduzione del numero di aziende che vinificano.

Si è passati, infatti, da 62.530 aziende vinificatrici nel 2010, alle 45.730 del 2016 con una flessione del 27%. Nel corso degli anni successivi, peraltro, questo numero si è ulteriormente ridotto.

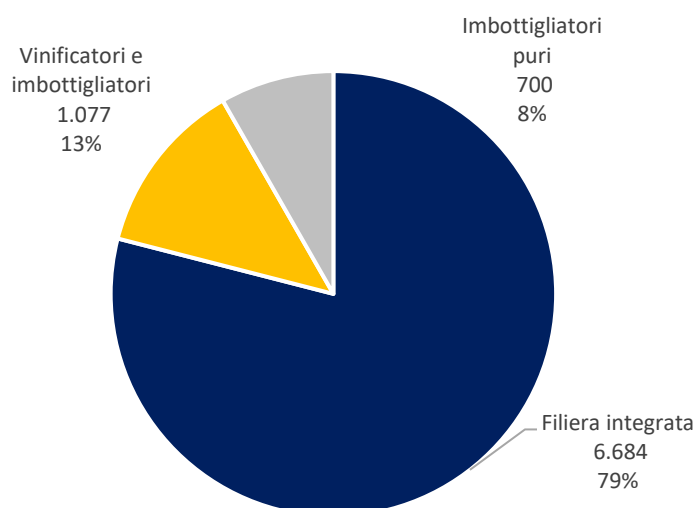
**Tabella 10 - Indagine strutturale sulla distribuzione delle aziende vinificatrici in Italia**

Classi di produzione (hl)	Quota aziende		Quota produzione	
	2010	2015	2010	2015
0-100	82,1%	74,7%	1,5%	1,0%
101-1.000	13,3%	17,5%	6,0%	5,6%
1.001-10.000	3,6%	6,2%	13,0%	15,1%
10.001-50.000	0,6%	1,0%	20,9%	20,7%
50.001-100.000	0,2%	0,3%	18,3%	15,9%
>100.000	0,1%	0,2%	40,3%	41,8%
Totale	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: RRN/Ismea su dati Agea, dichiarazioni di produzione vino 2015

In una platea dei produttori di vino tuttora vasta si rileva comunque una grande eterogeneità di capacità produttiva: un numero ridotto di aziende di grande capacità produttiva che sono in grado di sfruttare pienamente le economie di scala nella produzione convive con una galassia di operatori di piccola e piccolissima dimensione. Il 75% delle aziende vinificatrici produce meno di 100 ettolitri di vino, mentre le aziende con una produzione superiore ai 100 mila ettolitri sono meno dell'1% del totale ma contribuiscono per il 43% della produzione totale.

**Figura 7 – Il numero di imbottiglieri di IG\* e la loro ripartizione lungo la filiera**



Fonte: Ismea su dati Organismi di certificazione; \*sono esclusi gli imbottiglieri esclusivi di vini comuni e/o varietali

Il vino prodotto viene poi imbottigliato da un numero molto più ridotto di unità tecniche collegate alla produzione dell'uva e del vino tramite modelli di integrazione diversi. Secondo le stime dell'ISMEA gli imbottiglieri sono meno di 9.000, tra i quali si annovera circa un migliaio di imbottiglieri puri, ossia operatori che confezionano solo vino acquistato. Limitatamente al circuito di produzione dei vini DOP e IGP





gli imbottigliatori sono 8.461<sup>3</sup> e di questi l'8% sono imbottigliatori puri, il 13% sono vinificatori che acquistano uva e il 79% sono aziende completamente integrate, ossia che imbottigliano (principalmente) il vino ottenuto da uve di propria produzione<sup>4</sup> o dai propri soci nel caso delle cooperative.

Anche tra le imprese imbottigliatrici le dimensioni operative ed economiche sono molto diverse. Solo 215 imprese (su quasi 9.000) con un fatturato individuale superiore a 20 milioni di euro generano poco meno dell'80% del fatturato del vino italiano<sup>5</sup>. Pertanto, un quinto del fatturato del vino italiano è generato da una vastissima platea composta di piccoli e piccolissimi produttori. Negli anni più recenti si è assistito ad un notevole ampliamento della squadra delle imprese del vino che si colloca nella categoria delle grandi imprese. In particolare, le imprese con fatturato superiore a 60 milioni, che nel 2011 erano solo 25, nel 2019 sono diventate 40. Si tratta di un'evoluzione importante che corrisponde ad un significativo rafforzamento strutturale del settore vitivinicolo italiano. L'esistenza di una moltitudine di imprese di piccola e piccolissima dimensione che competono in mercati sostanzialmente separati da quelli delle imprese maggiori, è una caratteristica di tutti i sistemi vitivinicoli del Vecchio e del Nuovo Mondo. La questione critica nel confronto competitivo tra Italia e competitor è quanto sono grandi le grandi imprese. A questo proposito si può rilevare che il più grande gruppo italiano (Cantine Riunite-CIV), con un fatturato nel 2019 di 630 milioni di euro, non si colloca neanche tra i primi 10 gruppi per fatturato, che vede in decima posizione un gruppo con un fatturato pari a circa 1,2 miliardi di euro. Ciò significa che le grandi imprese italiane si confrontano con imprese ancora più grandi e se le economie di scala nella produzione sono pienamente sfruttate sia dalle imprese italiane che da quelle estere concorrenti, sul piano della distribuzione dove la scala efficiente è più alta ci sono degli svantaggi per le imprese italiane; questi, tuttavia, come spiegato nel capitolo 2, sono compensati da altri fattori<sup>1</sup>.

Al ruolo molto importante svolto dalle imprese imbottigliatrici non completamente integrate a monte, sia perché imbottigliatrici pure sia perché trasformatrici di uva acquistata, corrisponde una pari importanza dei mercati intermedi dell'uva e del vino; sul mercato intermedio dell'uva si scambia circa un terzo del totale dell'uva prodotta mentre il vino sfuso scambiato è pari a circa il 40%. I mercati intermedi del vino si stanno ampliando per lo sviluppo, in Italia come in altri paesi produttori, dell'attività di grandi imbottigliatori che si approvvigionano di vini sfusi con precise caratteristiche in diverse regioni del proprio paese. I mercati intermedi dell'uva e del vino svolgono comunque anche un'importante funzione come fonti di approvvigionamento o opportunità di destinazione di uva e vino delle imprese completamente integrate; queste a seconda delle circostanze possono infatti risolvere problemi di carenza di materia prima o di eccesso di disponibilità, conferendo flessibilità all'intero sistema produttivo.

### 1.3.3 Investimenti, risorse umane e innovazione

L'industria vinicola italiana ha mostrato nel periodo 2014-2018 una notevole propensione agli investimenti che sono cresciuti progressivamente. Il campione delle 215 maggiori imprese del vino analizzato da Mediobanca nel rapporto 2020 ha visto passare il livello degli investimenti nel periodo da 333 a 559 milioni di euro, con una crescita complessiva del 68%. Anche la componente agricola delle imprese di vinificazione, sulle quali più scarse sono le rilevazioni, ha tuttavia accresciuto la propria dotazione strutturale con una

---

<sup>3</sup> Dato 2019.

<sup>4</sup> La diversità delle forme di organizzazione della produzione del vino e le ragioni tecniche ed economiche di questa diversità sono presentate in dettaglio nel rapporto ISMEA del 2018 "Il settore vitivinicolo alla sfida della PAC post-2020: complementarità degli interventi tra I e II pilastro e prospettive" ([Il settore vitivinicolo alla sfida della PAC post-2020: complementarità degli interventi tra I e II pilastro e prospettive \(reterurale.it\)](https://www.reterurale.it)).

<sup>5</sup> Mediobanca (2020), *Indagine sul settore vinicolo*. (<https://www.mbres.it/it/publications/indagine-sul-settore-vinicolo>).



partecipazione ampia ai bandi sulla misura investimenti del PNS che tra il 2014 e il 2019 hanno erogato circa 370 milioni di euro di contributi agli investimenti, con un tasso sovvenzione perlopiù compreso tra il 40 e il 50%, cui si devono aggiungere gli investimenti supportati dalla politica di sviluppo rurale, soprattutto attraverso al misura 4.

La crescita degli investimenti è stata affiancata da una crescita anche dell'occupazione, anche se a tassi inferiori. Gli addetti nelle imprese di natura industriale sono passati da 14.437 nel 2014 a 16.360 nel 2018, con una crescita del 13%.

Certamente la dotazione strutturale del settore enologico italiano è molto buona, sia sotto il profilo quantitativo che di quello qualitativo. Forse, addirittura, la facilitazione degli investimenti determinata dalle diverse misure disponibili nell'ambito della PAC e anche delle politiche orizzontali dell'UE, nonché provvedimenti nazionali (per es. Legge Sabatini o provvidenze Industria 4.0) ha facilitato il formarsi di situazioni di eccesso di immobilizzazioni, che comunque determinano un appesantimento della struttura dei costi.

In questa prospettiva sarebbe opportuno stimolare le attività in conto terzi, non solo nella fase agricola dove il contoterzismo è un fenomeno ormai ben radicato (il cui progresso tecnologico dovrebbe però essere sostenuto dai PSR). Dovrebbero essere incoraggiate e sviluppate tutte le forme di attività in conto terzi anche nella trasformazione: impianti mobili di imbottigliamento ed eventualmente anche per trattamenti enologici che richiedono macchinari particolari; oppure il collocamento verso terzi delle operazioni pre-fermentative e la fermentazione alcolica, oppure la spumantizzazione e l'imbottigliamento da parte dei viticoltori che vogliono produrre il proprio vino senza caricarsi di tutte le strutture necessarie. Alternativamente, potrebbero essere incoraggiate forme di condivisione di impianti e attrezzature, eventualmente attraverso contratti di rete.

Il tasso sostenuto di investimenti nel settore vitivinicolo ha favorito la presenza nelle aziende vitivinicole di attrezzature e macchinari che rappresentano lo state of the art della tecnologia. Ciò è favorito dalla presenza sul territorio nazionale, sia pure con una concentrazione nel Centro-Nord, di numerose imprese produttrici di macchinari e software e fornitrici di servizi, che acquisiscono visibilità grazie a fiere di settore di rilievo internazionale e maturano importanti esperienze anche grazie ad una radicata presenza in tutti i mercati mondiali. Le macchine e attrezzature per la viticoltura sono presentate nell'ambito di: EIMA di Bologna, fiera delle macchine e attrezzature per l'agricoltura; Fieragricola di Verona, fiera dedicata a tutti i prodotti e servizi per l'agricoltura; Enovitis, manifestazione dedicata specificamente alle macchine per la viticoltura (con eventi in fiera e in campo. Le attrezzature enologiche sono invece presentate al SIMEI di Milano.

Nella costruzione di macchine e attrezzature per l'agricoltura sono attive più di 1.400 imprese e 400 nella costruzione di macchine e attrezzature enologiche.

Il rapido rimpiazzo delle attrezzature e dei macchinari ha portato con sé l'introduzione di tecnologie digitali avanzate che nella fase agricola del processo vitivinicolo consentono di adottare modelli di gestione ispirati all'agricoltura di precisione, ricercando l'ottimizzazione dei costi e il miglioramento della sostenibilità ambientale e sociale, anche adottando percorsi di *remote* e *proximal sensing* integrati da sistemi informativi che incorporano anche modelli di supporto alle decisioni (DSS) finalizzati soprattutto alla gestione della difesa.

Nella fase enologica ampio è il ricorso alle tecnologie digitali per la regolazione del processo e la programmazione delle macchine, anche in un'ottica di automazione, nonché per il controllo dei flussi, a supporto anche della tracciabilità della storia dei lotti di produzione e della gestione della logistica interna.

Meno diffusi sono però i modelli di digitalizzazione più avanzati, che integrano attraverso il sistema informativo aziendale le diverse attività in una logica di *enterprise resource planning* (ERP), che si estende



verso i clienti diretti e indiretti mediante sistemi di *customer relationship management* (CRM), benché ormai diffuse siano le capacità di relazionarsi con il pubblico via WEB e social media.

Le imprese del settore vitivinicolo non sono, comunque, solo fruitrici di innovazioni ma in vario modo anche impegnate nella produzione di innovazione tecnologica. Nel quadro di una politica agricola comunitaria che già nel quadro di programmazione in scadenza ha incluso tra le sue priorità lo stimolo dei processi di creazione delle innovazioni dal basso, con processi bottom up coerenti con il modello AKIS (*Agricultural knowledge and information systems*), il settore vitivinicolo è fortemente impegnato nel partecipare attivamente al Partenariato europeo per l'innovazione (PEI). Infatti, a parte le partecipazioni numerose in Gruppi Operativi (GO) multifiliera, le imprese del settore animano 53 GO specializzati, dei quali 32 interessato solo al vigneto, 6 dedicati solo all'enologia e 23 dedicati all'intera filiera. Questi Gruppi Operativi coprono tutte le Fucus Area, affrontando diverse tematiche specifiche.

Il settore del vino ha rappresentato un attrattore per i giovani la cui presenza è importante in tutti i ruoli aziendali. Considerando la distribuzione del numero delle aziende per classe di dimensione e la distribuzione per età degli imprenditori in ogni classe si osserva che nelle aziende di dimensione maggiore gli imprenditori giovani sono sovra-rappresentati.

**Tabella 11 - Temi di innovazione dei Gruppi Operativi del PEI a orientamento vitivinicolo**

Tematica	Progetti comparto vitivinicolo	% Numerosità
Agricoltura biologica	INTAVIEBIO - VITINNOVA - VITIS BIO - MIDIFENDO	9,52%
Agricoltura di precisione	CAMPI CONNESSI - SMART DATA - PRECIVIT - PROSIT – Pvsensing - SMART SPRAYER – KATTIVO -V.In.Te.S. – VIRECLI – DigiViT	23,81%
Difesa da malattie e infestazioni	OZOPLUSGRAPE – OZOPLUSWINE – DIVINE - DI.O.N.IS.O. – IOCONCIV – ITaca – NOBrett – Vinires	19,05%
Filiere agroalimentari	IN.Cantina.Store – VAQ	4,76%
Gestione aziendale	PROINOS – GeSoVit – INNFARES - VAL.SO.VI.CA. - VITIS	11,90%
Gestione dei sottoprodotti agricoli	AGRENO - UVA PRETIOSA	4,76%
Marchi e certificazioni	SMA.LA.WI. - PRO.S.E.C.CO. DOC	4,76%
Meccanizzazione	Inn.Tec.Prev:Vend	2,38%
Mercato e sicurezza alimentare	ENOFOTOSHIELD - MO.VI.TO.	4,76%
Prodotti di qualità	VINTEGRO	2,38%
Robotica-automazione	Qualit.Sost.Tecn.	2,38%
Uso del suolo	Faresubio - SOILUTION SYSTEM - T.I.Ge.S.Vi	7,14%
Uso delle risorse naturali	GREASE	2,38%

Fonte: Masin, 2020<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Masin M. (2020), *Partenariato europeo per l'innovazione e settore vitivinicolo: un'analisi critica*, Elaborato finale laurea triennale, Dipartimento TeSAF, CL Viticoltura e enologia, Università degli Studi di Padova.



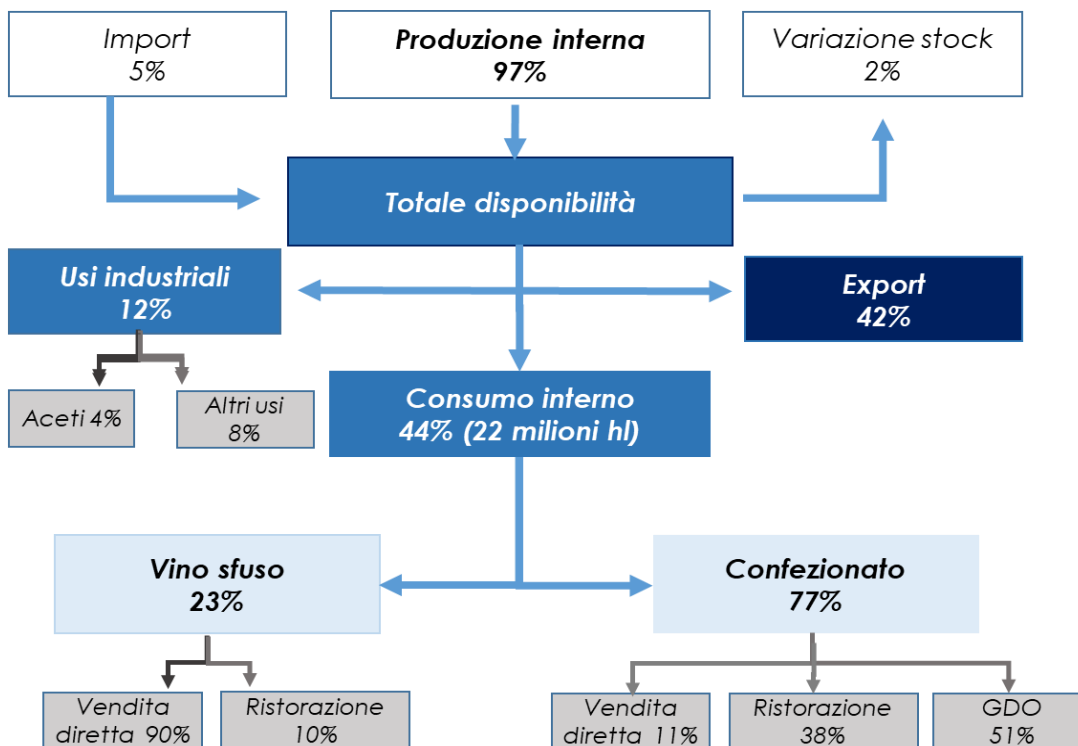
## 1.4 La destinazione della produzione

La produzione nazionale, integrata dalle importazioni ed eventualmente dalle variazioni degli stock, trova tre destinazioni distinte. La parte largamente maggioritaria è destinata al consumo umano e si ripartisce ormai in modo sostanzialmente bilanciato tra mercato interno ed esportazioni.

Relativamente al mercato interno è ancora relativamente importante la quota della produzione che arriva al consumo sfuso, principalmente per vendita diretta. La produzione che arriva al consumo confezionata rappresenta quasi i quattro quinti del totale dei consumi interni. Quasi i due terzi di questo flusso arriva al consumo attraverso i canali commerciali, dove ormai in termini di volume domina la grande distribuzione organizzata, e la vendita diretta, mentre la restante parte è consumata nella ristorazione.

In una situazione così disomogenea è particolarmente difficile tracciare la formazione del prezzo perché è molto variabile il numero di passaggi intermedi che possono intercorrere tra le diverse fasi della filiera.

**Figura 8 – I flussi in volume all'interno della filiera (ultime 5 campagne)**



Fonte: RRN/Ismea

### 1.4.1 Il ruolo delle esportazioni

L'export è un canale di destinazione fondamentale per il settore vinicolo italiano visto anche il ruolo che l'Italia ricopre negli scambi internazionali del settore: da considerare, infatti, che l'Italia è il co-leader, insieme alla Spagna, nelle esportazioni a volume, mentre è seconda in valore dietro la Francia. La propensione all'export è mediamente oltre il 40% e in alcuni anni i volumi destinati all'export sono risultati addirittura superiori a quelli consumati nel mercato interno.



**Tabella 12 - Gli indicatori degli scambi commerciali italiani di vino: dinamica degli ultimi dieci anni**

	udm	Media 2010-14	Media 2015-19	Var. %
Import	(milioni di euro)	297	328	10,3%
Peso sul tot. agroalimentare delle importazioni	(% valore)	0,8%	0,7%	-0,4%
Import in volume	migliaia di ettolitri	2.454	2.056	-16,2%
import/consumi	(% in quantità)	11,0%	9,3%	-15,3%
Export	(milioni di euro)	4.634	5.939	28,1%
Peso sul tot. agroalimentare delle esportazioni	(% valore)	14,8%	14,6%	-0,9%
Export in volume	(migliaia di ettolitri)	21.325	20.683	-3,0%
export/produzione	(% in volume)	50%	43%	-14,6%
Saldo	(milioni di euro)	4.337	5611	29,4%
Saldo normalizzato	(% valore)	88	54	-38,6%

Fonte: RRN/Ismea su dati Istat

**Tabella 13 - L'export per segmento di prodotto: dinamica degli ultimi dieci anni**

	Ettolitri			Migliaia di euro		
	Media 2010-2014	Media 2015-19	Var. %	Media 2010-2014	Media 2015-19	Var. %
<b>VINO E MOSTI</b>	<b>21.322.870</b>	<b>20.682.887</b>	<b>-3,0%</b>	<b>4.634.602</b>	<b>5.938.832</b>	<b>28,1%</b>
- Dop ferme	5.310.467	5.773.280	8,7%	1.927.508	2.433.217	26,2%
- Sfusi comuni	5.315.061	3.417.309	-35,7%	250.544	168.026	-32,9%
- Igp	5.605.607	5.246.163	-6,4%	1.265.582	1.452.970	14,8%
- Spumanti	1.946.086	3.566.841	83,3%	639.105	1.328.092	107,8%
- Frizzanti	1.830.432	1.712.644	-6,4%	350.933	395.410	12,7%
- Varietali	367.939	367.939	0,0%	68.949	104.158	51,1%
- Altri*	1.241.629	966.650	-22,1%	131.983	56.960	-56,8%

\*Altri=mosti+vini da tavola confezionati.

Fonte: RRN/Ismea su dati Istat

In Italia, peraltro, le importazioni hanno un ruolo marginale perché la domanda interna è molto orientata al prodotto nazionale con alcune eccezioni tipo lo Champagne. Per il resto l'import è molto concentrato sul vino sfuso dalla Spagna.

**Tabella 14 - L'export per destinazione: dinamica degli ultimi dieci anni**

	Ettolitri			Migliaia di euro		
	Media 2010-14	Media 2015 -19	Var. %	Media 2010-14	Media 2015 -19	Var. %
<b>Mondo</b>	<b>21.322.870</b>	<b>20.682.887</b>	<b>-3,0%</b>	<b>4.634.602</b>	<b>5.938.832</b>	<b>28,1%</b>
- UE	14.850.155	13.545.119	-8,8%	2.458.151	3.024.935	23,1%
- EXTRA-UE	6.472.715	7.137.769	10,3%	2.176.452	2.913.897	33,9%
Stati Uniti	2.885.342	3.338.784	15,7%	996.510	1.407.961	41,3%
Svizzera	700.183	724.210	3,4%	291.582	355.508	21,9%
Canada	688.144	754.176	9,6%	267.890	322.551	20,4%
Russia	636.659	410.097	-35,6%	107.809	99.846	-7,4%
Cina	267.405	328.312	22,8%	67.013	116.113	73,3%

Fonte: RRN/Ismea su dati Istat

La flessione della propensione all'export nel quinquennio 2015-2019 è dovuta al fatto che, come evidenziato nel paragrafo precedente, c'è stata una crescita della produzione sommata a una lieve flessione in volume delle esportazioni dovuta essenzialmente ai vini sfusi comuni che hanno subito la concorrenza dei vini spagnoli, tradizionalmente con prezzi più bassi rispetto a quelli italiani. I vini sfusi comuni sono quelli più facilmente "sostituibili" nella domanda internazionale, mentre l'export di vini DOP è composto da prodotti più "riconoscibili". Questi ultimi hanno mostrato negli ultimi 10 anni incrementi del 9% in volume e del 26% a valore. Decisamente positiva la *performance* degli spumanti, grazie soprattutto al Prosecco.





Al contrario del volume, l'export in valore è cresciuto in modo consistente e costante e nel 2019 ha raggiunto i 6,4 miliardi di euro.

Sono stati soprattutto i Paesi extra Ue ad avere contribuito all'aumento della domanda di vino italiano grazie anche alla misura **Promozione dell'OCM vino** che ha contribuito molto a far conoscere il prodotto italiano nel mondo.

Facendo un confronto tra il periodo subito precedente all'entrata a regime della misura Promozione dell'OCM, riservata alla promozione nei Paesi terzi, con gli ultimi cinque anni, si registra, infatti, una *performance* superiore nei Paesi Extra Ue rispetto a quelli comunitari. La misura Promozione ha assorbito il 26% delle risorse dell'OCM fino alla campagna 2019/20 e per il prossimo triennio ha un budget a disposizione pari ad oltre il 30% del plafond disponibile. Peraltro tale ripartizione potrebbe essere modificata sulla base delle necessità imposte dalla pandemia. La ripartenza, infatti, imporrà uno sforzo imponente per promuovere i vini italiani sui mercati terzi che nel frattempo hanno subito, al pari di quelli comunitari, dei mutamenti importanti in termini di modalità di consumo, preferenze e canali di acquisto. Le risorse a disposizione della promozione dovrebbero essere indirizzate soprattutto a supportare le imprese nella penetrazione e nel radicamento dei mercati di più recente sviluppo, Cina in primo luogo, dove la posizione dell'offerta italiana è molto più modesta rispetto a quella nei mercati di importazione tradizionali.

**Tabella 15 - Posizione dell'Italia nella gerarchia dei fornitori dei principali mercati di importazione di vino**

Paesi fornitori	Valore					Volume				
	Rank			Modifica quota (*)		Rank			Modifica quota (*)	
	2010	2014	2019	2014-10	2019-14	2010	2014	2019	2014-10	2019-14
USA	1	1	2	1,9	-0,1	1	1	1	0,9	0,7
Regno Unito	2	2	2	4,3	1,6	2	1	1	3,7	-0,3
Germania	1	1	1	-1,7	1,2	1	1	1	-7,4	1,0
Cina	4	5	4	0,8	-0,5	5	5	5	-0,7	-0,5
Canada	2	3	2	-0,1	1,6	1	1	1	-1,1	1,7
Giappone	2	2	2	1,2	-1,8	3	3	3	0	1,2
Olanda	3	3	2	0,3	3,2	3	5	3	-1,9	3
Svizzera	2	2	2	3,4	-0,9	1	1	1	2,5	4,3
Russia	1	1	1	3,8	-0,3	2	2	2	-1,5	3,5
Hong Kong	6	5	5	1,0	-0,6	5	6	5	0	1,0
Belgio	3	3	3	1,4	1,9	3	3	3	0	2,8
Francia	3	3	2	0,1	3,1	3	3	2	-9	1,2
Mondo	2	2	2	1,1	0,5	1	2	1	-2,7	1

\*: *variazione assoluta della quota di mercato nell'arco temporale indicato*

Fonte: *elaborazioni RRN/Ismea su dati GTI*

Anche per il mercato comunitario si sta sentendo l'esigenza di misure *ad hoc* per informare i consumatori comunitari. Attualmente il PNS italiano non consente di finanziare queste attività di informazione. Questo sarà comunque un tema di discussione in sede di sviluppo del PSN previsto dalla proposta di riforma della PAC.

#### 1.4.2 Evoluzione dei consumi

Il livello attuale dei consumi in Italia è molto più basso di quello della seconda metà del secolo scorso, tuttavia negli ultimi 10 anni si è osservata una inversione di tendenza che ha riportato il livello dei consumi interni nuovamente ben sopra i 20 milioni di ettolitri.



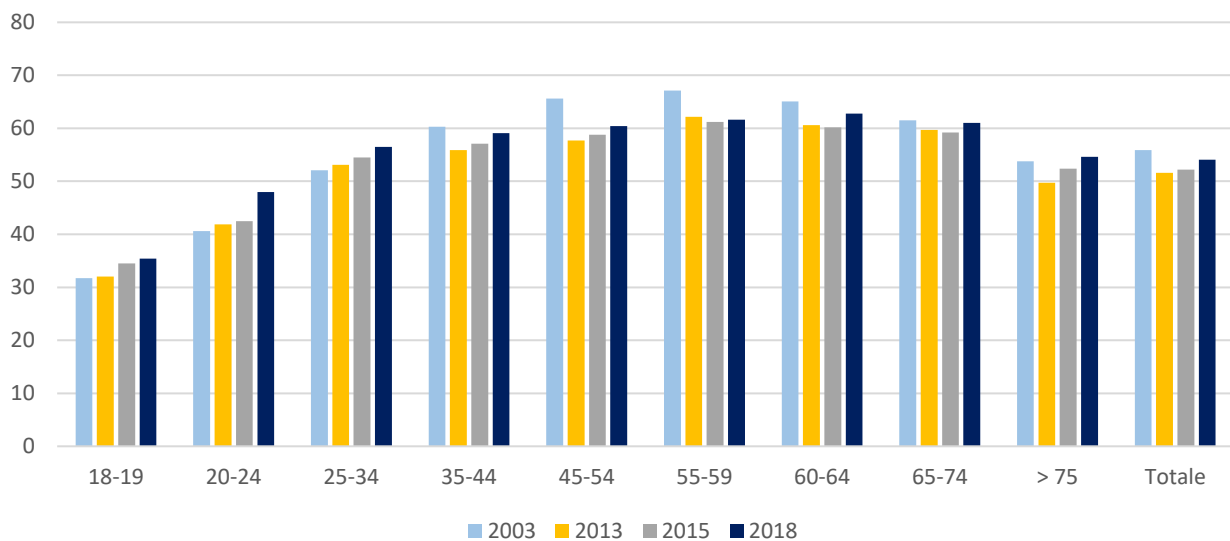
Questa ripresa dei consumi interni appare ormai come un fenomeno strutturale legato ad un interesse per il vino delle giovani generazioni più elevato di quelle immediatamente precedenti. Le analisi dell'ISTAT sugli stili di vita danno evidenza statistica di questo.

**Tabella 16 - Consumatori di vino in Italia: evoluzione delle quote (%) sulla popolazione totale per età e intensità di consumo**

Età	Tutti i consumatori				Categorie												
					forti bevitori				bevitori quotidiani moderati				bevitori occasionali				
	2003	2013	2015	2018	2003	2013	2015	2018	2003	2013	2015	2018	2003	2013	2015	2018	
11-15	-	-	-	3,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,9
16-17	16,8	16,0	15,5	19,5	0,1	-	0,3	0,4	1,5	0,3	0,4	1,2	10,1	9,7	8,5	12,2	
18-19	31,7	32,0	34,5	35,4	0,4	0,5	0,3	0,3	3,9	2,5	2,8	1,6	23,3	22,0	23,5	26,6	
20-24	40,6	41,9	42,5	48,0	1,1	0,5	0,3	0,6	7,9	4,8	3,9	2,7	25,7	28,0	29,8	37,0	
25-34	52,1	53,1	54,5	56,5	1,8	1,4	1,1	0,7	16,2	9,8	8,4	6,9	29,3	34,9	38,7	41,1	
35-44	60,3	55,9	57,1	59,1	3,6	1,7	1,6	1,3	24,2	14,5	14,3	11,3	29,1	33,6	35,1	39,4	
45-54	65,6	57,7	58,8	60,4	6,2	2,6	2,4	2,3	31,2	20,4	19,6	16,6	24,8	29,9	31,9	35,7	
55-59	67,1	62,2	61,2	61,6	7,6	3,9	3,7	3,0	34,6	26,9	23,9	21,2	22,0	26,5	29,5	32,7	
60-64	65,1	60,6	60,2	62,8	9,1	4,3	4,1	3,3	35,5	27,7	27,5	26,1	18,3	23,7	25,4	29,5	
65-74	61,5	59,7	59,2	61,0	7,5	5,5	4,5	3,6	35,9	30,8	30,1	29,2	16,2	20,6	21,2	24,4	
> 75	53,8	49,7	52,4	54,6	4,7	3,0	3,1	2,8	30,8	25,8	28,1	27,2	16,5	18,2	18,4	21,8	
Totale	55,9	51,6	52,2	54,1	4,5	2,5	2,3	2,0	24,7	18,1	17,7	16,2	23,3	26,0	27,4	30,7	

Fonte: ISTAT (anni vari)

**Figura 9 - Evoluzione delle quote di consumo per classe di età**



Fonte: RRN/Ismea su dati ISTAT (anni vari)



## 1.5 Segmentazione dell'offerta e orientamento al mercato

Uno degli aspetti più caratteristici del mercato del vino è rappresentato dalle notevolissime possibilità di diversificazione della produzione sia in senso orizzontale (tipologia di prodotto in senso merceologico), sia in senso verticale (pregio del prodotto nell'ambito di ogni tipologia)<sup>7</sup>.

I produttori di vino, dunque, hanno a disposizione un grande numero di possibilità nell'organizzare la loro offerta anche se, come meglio spiegato successivamente, le modalità di presentazione dei prodotti al pubblico e le caratteristiche specifiche dei prodotti che vengono presentati con determinati nomi sono strettamente regolate da normative che, peraltro, possono differire in alcuni aspetti da paese a paese.

L'elemento essenziale dell'attuale assetto produttivo è la notevole dimensione della produzione dei vini di maggiore pregio, che rappresenta ormai una quota importante del volume e, ancor più, del valore complessivo della produzione, assumendo una sostanziale importanza commerciale e conferendo al mercato del vino un nuovo interesse anche sociale e mediatico. Nonostante ciò, i vini di minore pregio e prezzo rappresentano tuttora una quota molto importante e questa situazione è destinata a permanere anche nel futuro, anche se è previsto un ulteriore lento ampliamento della quota dei vini di maggiore prezzo (fenomeno della *premiumization*)<sup>8</sup>.

L'offerta del settore vitivinicolo italiano che copre ormai tutti i segmenti del mercato del vino in termini di fascia di prezzo e di tipologia di prodotto appare nel suo insieme coerente con la domanda di mercato nazionale e internazionale. L'ampia offerta di vini DOP consente di presidiare i segmenti di maggior valore, mentre vini IGP e comuni coprono con successo le fasce di prezzo più basse. L'Italia ha un posizionamento sul mercato internazionale che la qualifica come primo esportatore nella fascia intermedia in termini di prezzo (*commercial premium*), che è quella tuttora più ampia e destinata a crescere. Si può invece osservare che, benché oramai ampia, la presenza dei vini italiani nelle fasce di prezzo più elevate è inferiore rispetto alle potenzialità che derivano dalla qualità dei territori e delle competenze enologiche sviluppate negli ultimi 30 anni. Relativamente alla categoria dei vini *icon* l'Italia è priva di prodotti di altissimo prezzo, comparabili ai Premier Cru di Bordeaux o al Domaine de la Romanée-Conti, ma comunque numerose cantine soprattutto di Piemonte, Toscana e Veneto hanno prezzi anche sul mercato primario e secondario (aste, e altre vendite) di livello elevato e si segnala la crescita particolarmente rapida del Masseto, che ha più che raddoppiato il suo prezzo in dieci anni, collocandosi in posizione analoga a Château Margaux e altri Grand Cru Classé di Bordeaux. L'offerta italiana ha comunque certamente seguito in modo efficace (e in parte guidato) la crescita della domanda di spumanti, acquistando una posizione di leadership in volume in un quadro di miglioramento dei valori unitari.

La ricchezza della piattaforma varietale italiana consente peraltro di soddisfare i diversi gusti dei consumatori. L'offerta nazionale presenta infatti vini monovarietali e di assemblaggio basati sulle varietà storiche, che occupano una quota preponderante del potenziale (vedi paragrafo 1.2), vini monovarietali da varietà internazionali ed eccellenti vini da taglio bordolese. Le scelte in termini di presentazione dei prodotti consentono un accesso da parte del pubblico, in molti casi, su piani cognitivi diversi: quello del territorio, basato sulle denominazioni e indicazioni geografiche, quello delle varietà, quando queste sono riportate in evidenza sull'etichetta, quello del brand, rappresentato al nome dell'azienda o del vino. Il già ampio ricorso

---

<sup>7</sup> Per approfondimenti: Galletto L., Il prodotto, in: Il marketing del vino. capire, decidere, agire. a cura di Luigi Galletto, Giulio Malorgio, Eugenio Pomarici, Luca Rossetto, Edises, Napoli, 2017

<sup>8</sup> Si rimanda per maggiori dettagli sulla struttura e sulle previsioni di evoluzione dell'offerta del vino a livello globale al rapporto ISMEA del 2018 "Il settore vitivinicolo alla sfida della PAC post-2020: complementarità degli interventi tra I e II pilastro e prospettive".



alla menzione varietale nella presentazione dei vini spiega peraltro la ridottissima presenza nell'offerta italiana di vini varietali senza DO o IG, la cui collocazione sul mercato è consentita ormai dal 2009.

**Tabella 17 - Segmentazione dell'offerta dei vini italiani per fasce di prezzo**

Denominazione della categoria	Fascia di prezzo (€/bottiglia 0,75 l) al retailer	Caratteristiche generali del vino	Quota volume	Quota valore
Icon	> 150	Immagine prestigiosa, alto potenziale di invecchiamento, grande complessità, massimi punteggi da parte dei critici più prestigiosi	18%	44%
Ultra premium	14 - 150	Riconoscibile (sia se varietale o blend), complessità, carattere tipico, origine, immagine, marca con elevata reputazione; in più se di prezzo più elevato: potenziale di invecchiamento, complessità elevate, ottimo riconoscimento da parte della critica		
Super premium	7 - 14	Marca, riconoscimento da parte della critica, corpo, profilo sensoriale ben definito	27%	35%
Premium	5 - 7	Combinazione di carattere e facile reperimento, caratteristiche varietali riconoscibili, origine, marca		
Popular premium	3 - 5	Varietale, fruttato, facilmente accessibile, brand riconosciuto	55%	21%
Basic	< 3	Basso prezzo, assenza di difetti, gradevolezza		

Fonte: Rabobank; i commercial premium comprendono i popular premium e i premium (prezzi Italia e Francia)

In questo quadro generale diversa però è la qualità della relazione delle diverse imprese con il mercato, a prescindere dalla tipologia di prodotto offerta, e quindi il loro orientamento al mercato in senso tecnico. Su questo piano è possibile osservare come la carenza di orientamento al mercato, da intendersi come la capacità di interpretare le esigenze della domanda non solo sulle caratteristiche intrinseche dei prodotti ma nel complessivo sviluppo della relazione commerciale, sia una situazione particolarmente diffusa in alcune regioni/aree del Paese ed è responsabile della bassa *performance* di alcuni territori.

Queste criticità sono state riconosciute anche da una recente indagine svolta da Ismea nell'ambito delle attività della Rete Rurale Nazionale, che su un ampio campione di imprese italiane rilevava che tre quarti delle imprese intervistate dichiarava una debolezza della struttura commerciale, il 65% un insufficiente riconoscimento del brand e circa la metà una posizione di mercato nel complesso insoddisfacente<sup>9</sup>.

## 1.6 La certificazione della qualità e della sostenibilità

Le imprese vitivinicole italiane nel loro impegno per qualificare al meglio la loro offerta rispetto alle esigenze di qualità totale dei prodotti e piena conformità con diversi requisiti inerenti i diversi aspetti della sostenibilità si sottopongono a numerosi tipi di certificazioni relative al rispetto di standard volontari di tipo orizzontale. Non esistono dati complessivi su questo fenomeno, ma è possibile stimare che più della metà della

<sup>9</sup> <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/22084>.



produzione vinicola è garantito da questo tipo di certificazioni (ISO 14001, Biodiversity friend, ISO 14067, ISO 14040, EMAS, ISO 9000, IFS, BRC, etc.).

Crescente è stato comunque negli ultimi anni l'interesse per le certificazioni di sostenibilità specifiche per il settore vitivinicolo o agricolo. Questo nonostante il fatto che in alcune circostanze (ambientali o di carenza di competenze idonee) l'accesso a modelli di gestione sostenibili comporti costi iniziali di un certo rilievo che non sempre sono compensati da una riduzione dei costi variabili<sup>10</sup>.

Relativamente agli standard di sostenibilità di rilievo nazionale specifici per il vino si rileva (ottobre 2020) che almeno 30 aziende documentano in modo certificato la loro prestazione di sostenibilità come organizzazione secondo lo standard VIVA e almeno 17 aziende hanno conseguito la certificazione del rispetto del protocollo Equalitas.

Certamente più ampia e in crescita è la quota di produzione espressa da aziende certificate secondo lo standard SNQPI e quello della conformità climatico-ambientale. Al 2019 gli ettari vitati interessati alla sola certificazione SNQPI erano 16.350 (più che decuplicati rispetto al 2016), quelli interessati alla Conformità agro-climatica ambientale 25.300 (più che triplicati rispetto al 2016) e quelli interessati a entrambe le certificazioni 20.760 (più che quintuplicati rispetto al 2016).

Di notevole rilievo è ormai la superficie vitata con certificazione biologica che ha raggiunto 140mila ettari nel 2018, con una crescita del 170% in 10 anni. Piuttosto ridotta, anche se in crescita, è tuttavia la produzione di vini biologico, nonostante lo stimolo indotto dal Reg. di esecuzione (UE) 203/2012 che ha fissato la normativa specifica. Nel mercato nazionale nel 2019 sono stati venduti circa 60mila ettolitri, per un valore di 30 milioni di euro (Dati Sinab).

Tornando alla superficie vitata, si può quindi osservare che complessivamente quasi 170mila ettari sono garantiti da qualche forma di certificazione ambientale, quindi quasi un terzo della superficie oggetto di dichiarazione di raccolta. Ciò ha consentito anche al settore vitivinicolo di ridurre in modo significativo l'uso dei fitofarmaci. Con riferimento ai fungicidi, che sono la componente largamente dominante dei fitofarmaci impiegati in viticoltura, tra il 2010 e il 2016 l'ISTAT registra una riduzione del 16% (in termini di peso dei principi attivi utilizzati) dell'uso in viticoltura, contro una riduzione del 15% con riferimento a tutta l'agricoltura.

## 1.7 La ripartizione del valore lungo la filiera

Sempre più evidente è il fatto che non si può parlare di «un mercato del vino» ma «dei mercati del vino» sulla base dei segmenti precedentemente evidenziati.

I vini comuni, che rientrano a grandi linee nei vini “basic” 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.

---

<sup>10</sup> Pomarici E., Vecchio R., Mariani A. (2015), “Wineries' perception of sustainability costs and benefits: An exploratory study in California”, *Sustainability*, vol. 7, 16164-16174; Jourjon F., Chou Hsiao-Chi, Gezart A., Kadison A., Martinat L., Pomarici E., Vecchio R. (2016), “Wineries evaluation of costs and benefits of the Terra Vitis sustainability certification program in France”. *Recent Patents On Food, Nutrition & Agriculture*, vol. 08.

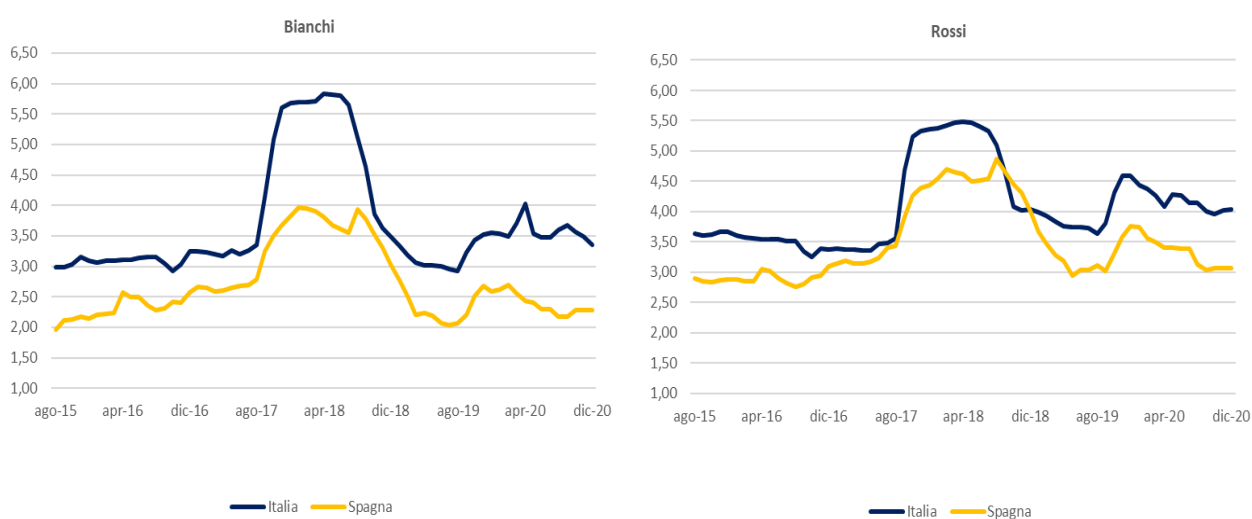


All'interno dei vini DOP, peraltro, ogni vino ha un mercato e un comportamento a sé. I vini IGT, di norma, hanno andamenti simili ai vini comuni ma con oscillazioni dei prezzi meno ampie.

I prezzi del vino da tavola italiano sono quelli che più di altri risentono della concorrenza internazionale, segnatamente della Spagna. In generale si possono identificare due costanti:

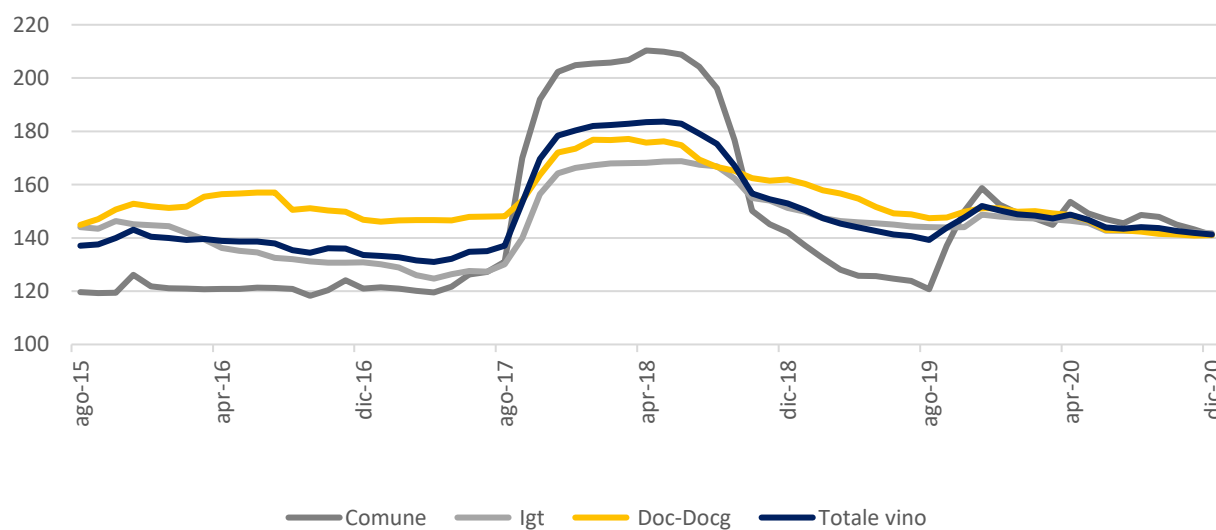
- i prezzi dei vini italiani sono più elevati di quelli spagnoli;
- la correlazione tra i prezzi dei due paesi competitor è molto forte;
- il confronto tra i due paesi si fa essenzialmente per monitorare il mercato internazionale perché in Italia le importazioni sono molto limitate.

**Figura 10 – I prezzi internazionali alla produzione del vino da tavola (euro/ettogrado)**



Fonte: Ismea, prezzi del prodotto sfuso, franco partenza cantina, Iva esclusa

**Figura 11 – L'indice Ismea dei prezzi alla produzione (2010=100)**



Fonte: Ismea, Indice dei prezzi del prodotto sfuso, franco partenza cantina, Iva esclusa



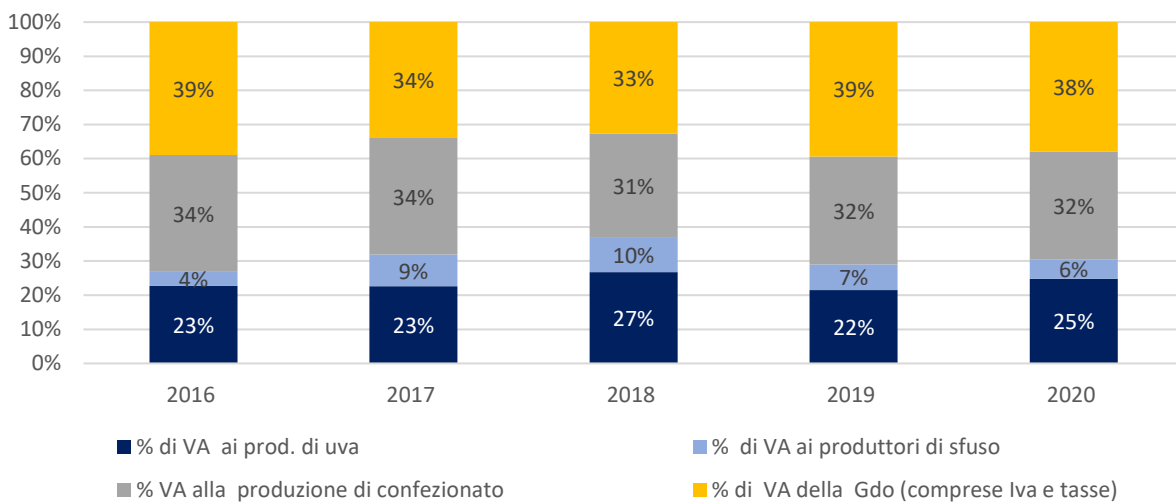


In un contesto così complesso e diversificato risulta particolarmente complicato studiare la distribuzione del valore nella filiera del vino italiano. Questo esercizio può essere fatto con una certa approssimazione solo per il vino comune che è un prodotto sostanzialmente standardizzato con un mercato piuttosto stabile, canali distributivi particolarmente concentrati nella GDO con occasioni di consumo che si possono definire nella categoria “daily” e confezionati prevalentemente in brick e che viene venduto alla GDO sotto i 2 euro al litro.

Per questo segmento si osserva come:

- una quota importante e sostanzialmente costante del valore è appannaggio della fase agricola;
- la fase produttiva che risulta particolarmente schiacciata è quella della vinificazione che fa anche da ammortizzatore in fasi di oscillazione dei prezzi;
- la fase del confezionamento e quello della distribuzione (comprensiva della tassazione) si spartiscono una quota del valore simile e poco variabile.

**Figura 12 – La distribuzione del valore aggiunto lungo la filiera del vino da tavola\***



\*Ottenuta tenendo conto della differenza di prezzo tra le diverse fasi della filiera

Fonte: RRR/Ismea

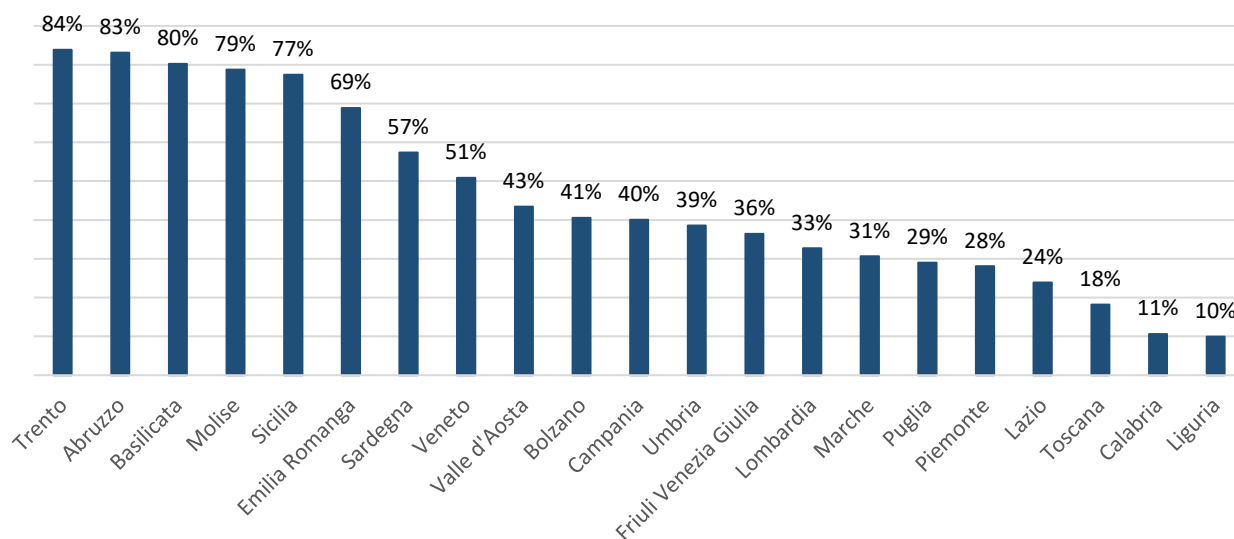
## 1.8 Relazioni di rete nella filiera

### 1.8.1 La cooperazione

Nel settore vitivinicolo italiano è particolarmente elevata la presenza della cooperazione alla quale afferisce direttamente o, attraverso società collegate, più della metà della produzione del vino sfuso con il 48% dei viticoltori che sono soci conferitori. La presenza della cooperazione, tuttavia, non è distribuita in modo omogeneo. In alcune regioni, come Trentino, Abruzzo e Basilicata la quota “cooperativa” supera l’80%, la Sicilia si colloca poco al di sotto di tale soglia ma in regioni come la Campania il peso della cooperazione è modesto.



**Figura 13 – Incidenza della cooperazione sulla produzione regionale**



Fonte: RRN/Ismea su dati Agea/dichiarazioni di produzione

Le cantine cooperative sono poco più di 500 e hanno dimensioni decisamente più elevate rispetto alla media delle aziende di trasformazione dell'uva. La produzione si concentra negli impianti con produzione annua superiore ai 100.000 ettolitri, che producono i due terzi del vino della cooperazione e più di un terzo circa del vino italiano.

**Tabella 18 - Distribuzione delle cooperative rispetto alla produzione**

Classi di produzione	Quota sul totale delle cooperative	Quota sul totale della produzione delle cooperative
<100hl	11%	0%
100-1.000hl	16%	0%
1.001-10.000 hl	21%	2%
10.001-50.000 hl	27%	15%
50.001-100.000 hl	13%	18%
>100.000	12%	64%
<b>Totale cooperazione</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: RRN/Ismea su dati Agea/dichiarazioni di produzione

Alcune cooperative di secondo grado, ossia raggruppamenti di cooperative, hanno raggiunto notevoli dimensioni economiche. Tra le 22 imprese italiane con fatturato superiore ai 100 milioni 9 sono di natura cooperativa.

A fronte della grande capacità produttiva della cooperazione, si rileva però tuttora una ridotta capacità di portare il vino confezionato sul mercato finale.

### 1.8.2 I Consorzi di tutela

In Italia opera una estesa rete di Consorzi di tutela riconosciuti dal Ministero delle Politiche Agricole ai sensi dell'art. 41 del Testo Unico e riuniscono i diversi attori inseriti nei sistemi di controllo dei vini DOP e IGP. I Consorzi sono 122 e sono rappresentati dalla FederDOC, la Confederazione Nazionale dei Consorzi volontari per la tutela delle denominazioni di origine. La loro operatività è regolata dal DM 18 luglio 2018 (Disposizioni generali in materia di costituzione e riconoscimento dei consorzi di tutela per le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche dei vini). I Consorzi sono dunque organismi interprofessionali, ossia forme di integrazione verticale all'interno della filiera vitivinicola (anche se non riconosciuti come tali in Italia ai sensi del Reg. (CE) 1308/2013). Data la composizione eterogenea dell'industria del vino italiana i Consorzi



riuniscono soggetti che svolgono ruoli diversi nella produzione del prodotto per il quale si forma il Consorzio: attori specializzati in una fase di produzione o che svolgono più fasi, fino al controllo totale del processo, dalla vigna alla bottiglia. Sono quindi associati ai Consorzi operatori di natura prettamente agricola e che hanno come mercati di riferimento principali dei mercati intermedi, e operatori che invece si approvvigionano nei mercati intermedi. I Consorzi sono quindi in Italia luoghi privilegiati di mediazione tra interessi contrapposti, che possono essere privilegiati o discriminati dalle decisioni che il Consorzio stesso può assumere e, in particolare, quelle relative all'art.39 della Legge 234/2016 che il Consorzio può prendere in caso di alta rappresentatività (condizione di *erga-omnes*) di cui si tratta nella sezione successiva. Garanzia di agire equilibrato è pertanto la corretta rappresentazione negli organi di governo delle diverse componenti, che scaturisce dalle scelte relative allo statuto del Consorzio.

Il DM 18 luglio 2018 all'art. 1 e 5 prevede che i Consorzi possano redigere un "Piano" di durata triennale al fine di regolare l'offerta allo scopo di migliorare e stabilizzare il funzionamento del mercato del prodotto tutelato e dovrà diventare lo strumento per condividere progetti di sviluppo tra tutti gli attori della denominazione e anche criteri per attivare strumenti di regolazione dell'offerta. Non ci sono però ancora casi di Piani già approvati.

Non si registrano casi di stesura nell'ambito dei Consorzi di tutela di sottoscrizione di contratti (accordi) di filiera analoghi a quelli che sono stati sottoscritti in altri settori (latte, pomodoro da industria). Questo è spiegabile con la composizione eterogenea della base associativa e che la regolazione interna delle relazioni rischia di andare in conflitto con la regolazione dell'offerta e quindi quella del mercato finale, ambito operativo dal quale ci si aspetta anche la stabilizzazione dei prezzi nei mercati intermedi.

I contratti di filiera nel settore del vino si sono limitati nel passato solo a quello tra conferitori e spumantisti del Moscato d'Asti e tra conferitori e trasformatori del Marsala.

## 1.9 Gestione offerta

Alla luce del problema latente di compromissione dell'equilibrio tra domanda e offerta illustrato nel paragrafo 1.2, e della rimozione a partire dal 2008 delle misure di finanziamento della distillazione, magazzinaggio privato e aiuto ai mosti, acquisisce particolare rilevanza il tema della gestione dell'offerta del vino italiano.

Questa certamente sarà facilitata dalla decisione assunta nel corso del 2020, sulla spinta della crisi sanitaria e finalizzando una riflessione iniziata in precedenza, di modificare la Legge 238/2016 portando il limite massimo delle rese uva/ettaro delle uve destinate a vini comuni da 50 a 30 tonnellate ad ettaro (che dovrebbe entrare in vigore dal 1° gennaio 2021 con specifiche deroghe territoriali).

In un mercato segmentato come quello del vino, il problema della compatibilità tra offerta e domanda si pone tuttavia nel tempo in termini molto diversi nei diversi distretti produttivi e, addirittura, a livello di singola impresa. Per questo motivo, dalla riforma del 2008, la politica vitivinicola dell'UE ha determinato un quadro normativo funzionale all'autoregolazione dell'offerta, da attuarsi a livello di singola azienda o di area/categoria di prodotto, le cui opportunità in futuro dovranno essere sempre più sfruttate, in integrazione comunque con gli strumenti di stabilizzazione del reddito; strumenti da attivarsi nel quadro dell'intervento settoriale (fondi mutualistici ai sensi del Reg. (CE) 1308/2013, art. 48) oppure, preferibilmente, dello sviluppo rurale (Reg. (CE) 1305/2013, art. 36).

Lo strumento a disposizione dei singoli produttori per la gestione congiunturale della produzione è quello della distruzione dell'uva prima della maturazione, per contenere la produzione aziendale da commercializzare, che può essere sostenuta finanziariamente con la misura vendemmia verde (Reg. (CE)



1308/2013, art. 47), misura prevista dal Piano Nazionale di Sostegno (OCM), a cui però le regioni destinano una quota molto contenuta dei fondi a disposizione (meno dell'1% in media sui 336 milioni annui disponibili).

La normativa comunitaria affida poi a organismi interprofessionali riconosciuti il compito di stabilire regole di commercializzazione intese a regolare l'offerta per migliorare e stabilizzare il funzionamento del mercato vitivinicolo (uve, mosti, vini finiti; Reg. (CE) 1308/2013, art. 167). Attualmente però in Italia i poteri di decisione sulla regolazione dell'offerta non sono delegati ad organismi interprofessionali e la regolazione è prevista per i soli vini DOP. Il potere di decisione è affidato alle Regioni e Province Autonome (Legge 238/2016, art. 39) che deliberano su proposta dei Consorzi tutela e sentite le organizzazioni professionali competenti.

Gli strumenti previsti dall'art. 39 della Legge 238/2016 appaiono comunque efficaci per garantire l'equilibrio tra domanda e offerta dei singoli vini DOP, evitando sia *surplus* che carenze di offerta. Questi strumenti consentono quindi di ridurre o aumentare l'offerta anno per anno, in relazione alla congiuntura di mercato e anche climatica, modulando le rese effettive e regolando temporalmente l'immissione della produzione nel mercato tramite stoccaggio e contenimento del potenziale produttivo. Si tratta certamente di strumenti coerenti con l'esigenza di orientare in modo sempre più netto il settore vitivinicolo italiano verso logiche di responsabilità e qualificazione dell'offerta, anche se trovano per il momento un limite nel fatto che intervengono in modo lineare su tutti i produttori inseriti nel sistema di controllo del vino DOP interessato; questo diventa problematico nel caso di decisioni sulla riduzione delle rese o dei quantitativi da immettere nel mercato perché colpiscono nella stessa misura tutti i produttori indipendentemente dalla loro effettiva capacità di collocare sul mercato in modo remunerativo il loro prodotto.

Negli ultimi anni in numerose regioni sono stati approvati interventi ai sensi dell'art. 39 del Testo Unico del Vino. In Piemonte sono stati approvati provvedimenti per l'utilizzazione della riserva vendemmiale (comma 1) e per la gestione del potenziale produttivo (comma 3); in Toscana per la riduzione della produzione (commi 2 e 4) e per la gestione del potenziale (comma 3), nel Veneto per l'utilizzazione della riserva vendemmiale (comma 1), per la riduzione della produzione (commi 2 e 4) e per la gestione del potenziale produttivo (comma 3).

Nel 2020 numerosi sono stati i provvedimenti di contenimento dell'offerta delle DOP con prodotti che richiedono un consumo nell'anno successivo alla vendemmia, al fine di evitare cadute pericolose dei prezzi all'origine nel mercato del vino, prima e dopo la vendemmia, e nei prezzi dell'uva a fronte degli effetti negativi sulla domanda complessiva del vino della ridotta capacità di assorbimento dell'HORECA.

Con riferimento all'attuale crisi sanitaria, inoltre, il pacchetto di norme contenuto nel Decreto Rilancio, in Gazzetta Ufficiale il 20 maggio 2020, conteneva la misura "Riduzione volontaria delle rese per le uve IGP"; per questa erano stati stanziati inizialmente 100 milioni di euro di cui solo 39 sono stati realmente utilizzati. Successivamente è stato stabilito un supporto per il magazzinaggio privato a vantaggio dei produttori di vino DOP e IGP.

## 2 Analisi SWOT del settore vitivinicolo italiano

Come emerge dall'analisi della filiera vitivinicola italiana presentata nella sezione precedente di questo rapporto e come già messo in evidenza in numerose analisi svolte dall'ISMEA, il settore vitivinicolo italiano nel XXI° secolo è stato impegnato in un profondo processo di rinnovamento, basato sulla riqualificazione dell'offerta, che ha avuto riscontri positivi dal mercato, come testimoniato soprattutto dal notevole



incremento delle esportazioni, dalla stabilizzazione del mercato interno e dal costituirsi di un gruppo nutrito di grandi imprese.

Si deve rilevare tuttavia che:

- negli anni più recenti la dinamica dell'export è spinta soprattutto dagli spumanti;
- la crescita del valore unitario dell'export ha un'accelerazione inferiore alle attese;
- gli squilibri territoriali si profilano ancora profondi, resi manifesti anche dalle tensioni sui trasferimenti delle autorizzazioni agli impianti, cui si accompagna un processo selettivo delle imprese, accentuata al Sud ma presente anche in altre regioni;
- le importazioni sono arrivate a livelli importanti, pur restando limitate in volume;
- l'allarme sociale è crescente per l'impatto ambientale della produzione.

Alla luce di questi elementi le strategie necessarie per assicurare al settore negli anni futuri una *performance* soddisfacente, anche alla luce delle modifiche strutturali del mercato che verosimilmente saranno conseguenza della pandemia di Covid-19 ancora in corso, dovranno essere disegnate tenendo conto del quadro generale di un sistema produttivo molto complesso e articolato che, sebbene abbia mostrato e stia mostrando una indubbia capacità di sviluppare vantaggio competitivo, ha al suo interno diversi elementi di debolezza che sono stati fino ad ora compensati dagli elementi di forza, ma che potrebbero diventare più critici in futuro, indebolendo la capacità prospettica del sistema di fronteggiare le minacce e di trarre vantaggio dalle opportunità<sup>11</sup>.

## 2.1 Punti di forza

L'offerta di vino italiana si presenta ricca, articolata, con tratti di unicità e forte caratterizzazione territoriale, elementi che costituiscono un elemento di distintività non facilmente imitabile dai concorrenti. Le caratteristiche dell'offerta rappresentano, tuttavia, solo un elemento di un vantaggio competitivo che ha le sue radici in una molteplicità di fattori riconoscibili secondo tre chiavi di lettura in parte complementari e che ha consentito al settore vitivinicolo italiano di sostenere la sfida dei paesi produttori del Nuovo Mondo e la competizione con gli altri produttori tradizionali.

Le tre chiavi di interpretazione si possono così sintetizzare:

- 1- La teoria dei processi di *catching up*<sup>12</sup>, ossia dei processi di sostituzione nella competizione tradizionale di paesi leader tradizionali con nuovi paesi; questi processi vedono come fattori chiave la maggiore capacità di innovazione e l'assetto istituzionale più favorevole nei nuovi paesi che entrano nel mercato. Nonostante l'Italia sia un produttore "tradizionale", a partire dagli anni '60 si sono sviluppati notevoli processi di innovazione nel settore vitivinicolo, sostenuti da una stretta

---

<sup>11</sup> La valutazione della posizione competitiva dell'Italia è derivata da diverse fonti. Le principali sono le seguenti: Mariani A., Pomarici E. (2010), *Strategie per il vino italiano*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli; Morrison A., Rabellotti R. (2017), "Gradual catch up and enduring leadership in the global wine industry", *Research Policy*, 46(2):417-430; ISMEA (2020), *Scheda settore vino*, Roma; Pomarici E., Corsi A., Mazzarino S., Sardone R. (in corso di stampa), "The Italian wine sector: evolution, structure, competitiveness and future challenges of an enduring leader", *Italian Journal of Economics*.

<sup>12</sup> Abramovitz M. (1986), "Catching up forging ahead, and falling behind", *The Journal of Economic History*, 46(2):385-406; Giuliani E., Morrison A., Rabellotti R. (eds.) (2011), *Innovation and Catching Up: The Changing Geography of Wine Production*, Edward Elgar, Cheltenham.



collaborazione tra produttori, istituti di ricerca, aziende fornitrici di input e, nel contempo, la politica del vino ha stimolato e guidato una profonda trasformazione del settore, consentendogli quindi di resistere alla sfida dei nuovi produttori.

- 2- La teoria di Porter del vantaggio competitivo, basata sui sei elementi che compongono il Diamante di Porter: le condizioni dei fattori, i settori industriali correlati e di supporto, le condizioni della domanda, la strategia, la struttura del sistema produttivo, i rapporti di competizione tra le imprese, le politiche pubbliche di supporto. Considerando questi elementi si può rilevare che in Italia l'assenza di rilevanti economie di scala, soprattutto a livello di distribuzione e commercializzazione delle imprese che operano nei mercati oligopolistici dove la concorrenza di prezzo è più spinta, sia compensata dalla condizione favorevole degli altri cinque fattori.
- 3- La teoria dei distretti industriali che consente di evidenziare come i fattori considerati come rilevanti da Porter siano potenziati nelle diverse aree di produzione da intense e diversificate relazioni socioeconomiche e di rete che conferiscono peculiare forza economica alla divisione del lavoro e alla specializzazione nella filiera locale, consentendo condizioni operative favorevoli e il miglioramento della produttività dei fattori, anche se l'integrazione tra gli operatori appare in molti casi insufficiente.

**Tabella 19 - Fattori di competitività del settore vitivinicolo italiano secondo i modelli del Diamante di Porter e dei Distretti industriali**

<i>Diamante di Porter</i>	
<b>Caso</b>	Tutte le opportunità sono apparse sul mercato dalla Seconda guerra mondiale ottenute dai produttori italiani, con solo un breve ritardo rispetto ai produttori del Nord America negli anni Novanta. Lo scandalo del metanolo è stato superato grazie a processi di innovazione.
<b>Condizioni dei fattori</b>	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. Grande numero di professionisti qualificati: circa 5.000 enologi e tecnici enologici, formati in 20 scuole enologiche (secondarie) e in molti corsi universitari di viticoltura ed enologia: 13 bachelor (requisito per diventare enologo) e 4 master; almeno 30.000 sommelier adeguatamente formati.
<b>Settori industriali correlati e di supporto</b>	Facile accesso a fornitori di input e servizi all'avanguardia. Accesso al mercato supportato da molte fiere del vino; eventi di punta Vinitaly e Merano Wine Festival (nel 2018, rispettivamente 32.000 e 11.000 visitatori).
<b>Condizioni della domanda</b>	Numero molto elevato di consumatori incoraggiati da molti operatori specializzati a 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.
<b>Strategia, struttura e rivalità delle imprese</b>	Offerta di vino proveniente da un numero elevato di aziende relativamente piccole rispetto ai concorrenti esteri. Al di fuori del mercato vitivinicolo di base, nel mercato interno l'elevato numero di attori determina la prevalenza di condizioni di concorrenza monopolistica con produttori spinti a migliorare la propria offerta. L'offerta diversificata in base al segmento di destinazione supporta il vantaggio competitivo sui mercati internazionali. La fornitura è organizzata su: vini DOP, prodotti con rese basse/medie e regole rigorose; Vini IGP e comuni, prodotti con regole meno vincolanti che determinano i costi di gestione del vigneto e della cantina non superiori a quelli dei Paesi del Nuovo Mondo. Molte reti interregionali che collegano singole cantine per sviluppare sinergie nella promozione internazionale e per sostenere le attività dell'enoturismo.
<b>Governo</b>	Settore vitivinicolo italiano sostenuto in vario modo dall'azione delle istituzioni pubbliche, favorendo anche i processi di innovazione.



	Dopo il 2009 si è favorito l'utilizzo dei fondi UE per rafforzare le attività produttive e commerciali e le relazioni con i mercati esteri.
<b>Condizioni di distretto</b>	
<b>Relazioni socioeconomiche e di rete</b>	Le cooperative coordinano migliaia di viticoltori molto piccoli. Produttori di vino coinvolti in 124 organizzazioni interprofessionali (Consorzi di Tutela) attive nella promozione, regolazione dell'offerta, innovazione, analisi di mercato e tutela della denominazione dei vini DOP e IGP.
	Cluster territoriali di produzione e servizi a monte e a valle della produzione del vino, spesso supportati da enti scolastici e di ricerca e da istituzioni locali.
<b>Divisione del lavoro e specializzazione</b>	Molteplici forme di organizzazione produttiva coerenti con differenziazione della domanda e differenti economie di scala nelle diverse fasi produttive (bassa nella produzione di uva; intermedia nella vinificazione; molto alta nell'imbottigliamento).
	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.

Fonte: Adattato da RRN/Ismea su articolo: Pomarici E., Corsi A., Mazzarino S., Sardone R. (in corso di stampa), "The Italian wine sector: evolution, structure, competitiveness and future challenges of an enduring leader", *Italian Journal of Economics*.

## 2.2 Punti di debolezza

I punti di debolezza possono essere individuati su tre livelli: l'offerta, il sistema delle imprese, il Sistema-Paese:

- 1- **Offerta** – Le peculiarità dell'offerta italiana non sono pienamente valorizzate perché la complessità non governata e comunicata in modo opportuno spesso disorienta gli interlocutori e non consente di impostare strategie di comunicazione chiare ed efficaci verso i canali di distribuzione e i consumatori. In particolare, la differenziazione dei vini DOP nelle due categorie nazionali DOCG e DOC non è ben compresa nei mercati esteri, e non solo in quelli di più recente sviluppo. D'altronde, il fatto che alle due categorie non corrispondano fasce di prezzo distinte impedisce che queste funzionino come chiari segnali di pregio, come invece avviene in Francia con il sistema dei *cru*. Questo rende più difficili le politiche di *trading up*, e quindi l'espansione dell'offerta del vino italiano nei segmenti di prezzo più alti. Infine, si segnala che è insufficiente rispetto all'evoluzione della sensibilità del sistema distributivo e dei consumatori l'adozione da parte delle imprese di protocolli di sostenibilità certificati.
- 2- **Sistema delle imprese** – A livello delle singole imprese non risulta ancora adeguata e uniforme la diffusione della capacità di essere orientate al mercato, di selezionare e adottare le innovazioni che la ricerca mette a disposizione in viticoltura ed enologia, e di sfruttare nei diversi ambiti dell'organizzazione aziendale le moderne tecnologie dell'informazione e comunicazione. Il non sufficiente sviluppo di forme di integrazione orizzontale tra le imprese ha riflessi negativi in termini di redditività, capacità strategica e capacità relazionale verso i canali distributivi. In particolare, emergono due elementi di criticità: il basso potere contrattuale nei rapporti con la distribuzione moderna; una gestione del prodotto vino nei diversi canali di vendita, nel complesso, insoddisfacente (soprattutto con riferimento ai ristoranti e alla distribuzione moderna). Le carenze si riscontrano anche sul fronte dell'integrazione con altre attività economiche presenti nel territorio, in particolare con il turismo. Infine, la mancanza di un efficace coordinamento tra le organizzazioni e le associazioni dei produttori vitivinicoli compromette le possibilità di: i) elaborare strategie di filiera; ii) rappresentare le istanze della filiera e negoziare con le autorità politiche nazionali e comunitarie; iii) promuovere un più efficace collegamento della filiera con il mondo della ricerca, della formazione e della distribuzione nell'interesse di tutte le componenti del sistema; iv) organizzare servizi di





supporto alle imprese del settore, quali informazioni, attività di comunicazione e promozione di interesse collettivo.

3- **Sistema-Paese (politiche pubbliche e settori correlati)** – Il Sistema-Paese non offre al settore vitivinicolo un livello ottimale di servizi; le principali carenze si riscontrano:

- nelle normative e nei sistemi di controllo, troppo burocratici e onerosi, sebbene migliorati dai processi innescati dai recenti interventi normativi (D.Lgs. 91 del 2014; L. 238/2016);
- nella disponibilità di informazioni sui consumatori e sul mercato interno;
- nei 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;
- nell'offerta di ricerca e formazione in viticoltura, enologia e in ambito economico (gestione, marketing e organizzazione) specifica per le diverse tipologie di prodotto;
- nell'offerta di servizi logistici che limitano, soprattutto alle piccole e medie imprese, la possibilità di terziarizzare le attività.

## 2.3 Opportunità

La produzione italiana può contare su un mercato interno di notevole rilevanza, in termini di volumi e valori, dove la concorrenza dei prodotti importati ancora non è significativa e che ha visto negli anni recenti una stabilizzazione dei consumi con un potenziale di crescita in termini di valore.

A livello internazionale, quando sarà superata l'attuale fase di rallentamento dell'economia, si delineano importanti spazi di crescita, dovuti sia allo sviluppo dei consumi nei mercati tradizionali, sia in quelli di più recente sviluppo e in quelli dove il vino è in fase di introduzione. Il vino appare, infatti, un prodotto ben radicato nel repertorio di scelta dei consumatori in molte aree del mondo, come appare dalla sostanziale tenuta dei consumi durante il 2020 e confermato da numerose analisi qualitative.

Quanto alle prospettive per categorie di prodotti:

- i vini di fascia più elevata, *popular premium* e superiori, dovrebbero vedere un allargamento della domanda sia sul mercato interno che sui mercati esteri;
- i vini *basic* potrebbero subire una riduzione della domanda nel mercato italiano e in quelli esteri più maturi, ma sui mercati esteri di più recente sviluppo, soprattutto se a basso reddito, la domanda per questi prodotti potrebbe crescere se proposti in modo adeguato.

Ovviamente nel quadro di incertezza determinato dalla pandemia in corso non è agevole fare previsioni sull'evoluzione del mercato e dare, quindi, una dimensione quantitativa alle opportunità per il vino italiano. Si può, tuttavia, segnalare che l'Osservatorio spagnolo sul mercato del vino (OEMV) non ritiene che debbano essere riviste al ribasso le stime a lungo termine sull'evoluzione del mercato mondiale elaborate prima della pandemia e prevede che nei prossimi 10 anni si verificherà un aumento moderato dei consumi e del commercio internazionale in volume e una crescita più rilevante in termini di valore, che dovrebbe portare gli scambi internazionali di vino a un livello compreso tra 35,5 e 44 miliardi di euro; questo anche alla luce della conclusione della trattative tra Unione Europea e Regno Unito relative alla BREXIT che si sono concluse con un accordo che dovrebbe garantire una circolazione fluida delle merci tra le due aree. Le previsioni di crescita dell'OEMV sono anche in linea con quelle recentemente rilasciate dall'agenzia tedesca di analisi di mercato Statista, secondo le quali il fatturato dell'industria del vino globale dovrebbe crescere da qui al 2025 con un tasso annuo medio dell'8,5%, grazie soprattutto ad una positiva evoluzione del mercato degli Stati Uniti (<https://www.statista.com/outlook/10030000/100/wine/worldwide>).



## 2.4 Minacce

Nel mercato italiano i consumi potrebbero risentire negativamente dell'attribuzione di valori negativi ai consumi di vino, in relazione alla crescente attenzione al problema dell'abuso di sostanze alcoliche, soprattutto tra i giovani. Al tempo stesso, il consumo quotidiano ai pasti di vini semplici rischia di perdere interesse per il pubblico.

Nei mercati esteri le produzioni italiane si confrontano con concorrenti forti e dinamici: grandi imprese di dimensione multinazionale; produttori che operano nel contesto di settori ben organizzati (quali gli australiani); produttori che fruiscono del supporto forte del Sistema-Paese (i francesi).

I media di origine anglosassone esercitano un'indubbia egemonia nella critica e nella comunicazione di alto livello del vino a livello internazionale e propongono uno scenario dell'offerta mondiale nel quale la posizione complessivamente raggiunta dal vino italiano di altissima e alta gamma non è pienamente riconosciuta; questo rende più esposti alla concorrenza i produttori privi di un marchio forte e limita, più in generale, le possibilità di espansione dell'offerta italiana sui segmenti di maggiore prezzo.

## 3 Analisi dei fabbisogni del settore vitivinicolo italiano in relazione al raggiungimento dei nove obiettivi specifici della nuova PAC

La proposta di riforma della PAC, che vede come elemento caratterizzante e qualificante la programmazione di tutti gli interventi di spesa all'interno di un unico strumento, il Piano strategico della PAC (PSN), rappresenta un'occasione importante per rinforzare la posizione competitiva del settore vitivinicolo italiano attraverso il trasferimento di adeguate risorse, provenienti dal budget dell'intervento settoriale e dagli altri canali di finanziamento disponibili, sviluppo rurale e anche pagamenti diretti, che si dovrebbero sganciare dal criterio storico.

La complessiva vitalità di questo settore rispetto ad altri del sistema agricolo nazionale non deve essere una ragione per limitare la destinazione di risorse, per due ordini di motivi. Primo, come evidenziato nell'analisi SWOT precedente, la competitività del settore in prospettiva potrebbe essere compromessa dall'accresciuta capacità di sviluppare vantaggio competitivo da parte dei concorrenti e, pertanto, occorre lavorare sui punti di debolezza per contenerli o eliminarli. Secondo, il settore vitivinicolo è l'unico in grado di valorizzare molte zone marginali, rappresentando spesso il solo fulcro produttivo possibile sul quale incardinare programmi di sviluppo locale; le possibilità di successo di questi programmi saranno tanto maggiori quanto più sarà possibile investire in queste zone e quanto più il sistema vitivinicolo nazionale sarà vitale e dinamico, in grado di guadagnare spazio nei mercati internazionali e rinnovando il suo radicamento in quello nazionale.

Sarà, quindi, legittimo in sede di impostazione del PSN rivendicare risorse per il settore vitivinicolo nel quadro dei pagamenti diretti, soprattutto a beneficio di aree e beneficiari particolari, e anche nel quadro dello sviluppo rurale, richiamando il fatto che in occasione della riforma del 2008 si operò un trasferimento di fondi dal budget destinato al settore vitivinicolo all'interno del FEAGA al FEASR.

L'approccio proposto dalla Commissione per l'impostazione del PSN è quello di programmare gli interventi in funzione dei 9 obiettivi specifici (OS) indicati dall'art. 6 della proposta di regolamento sul Piano strategico della PAC. Pertanto è stata sviluppata un'analisi dei fabbisogni di intervento che emergono nella prospettiva



che il settore vitivinicolo possa contribuire al raggiungimento di ciascuno di detti obiettivi e, con riferimento a ciascuno di questi, sono stati individuati i modelli di intervento che dovrebbero essere posti in essere per affrontare le criticità individuate.

I fabbisogni individuati discendono dall'analisi generale della filiera vitivinicola (capitolo 1) e dell'analisi SWOT (capitolo 2); i modelli di intervento sono mirati a risolvere le criticità relative ai diversi obiettivi specifici della PAC mediante un'azione di sostegno che prevede l'uso coordinato delle diverse misure di spesa, evidenziando in alcuni casi il ruolo che può avere la manovra di elementi normativi e regolamentari della PAC.

Il quadro d'insieme delle misure da considerare congiuntamente per supportare il settore vitivinicolo italiano affinché possa contribuire al raggiungimento di ciascuno dei nove obiettivi specifici della PAC è presentato nella tabella 19, mentre il testo che segue illustra con dettaglio e relativamente ad ogni obiettivo specifico gli scopi che devono essere perseguiti utilizzando le diverse misure. La tabella evidenzia come le singole misure siano funzionali al raggiungimento di più obiettivi e di questo si dovrà tenere conto nella definizione delle regole di accesso alle risorse in modo che i singoli trasferimenti esplicino nel modo migliore possibile il loro potenziale sinergico.



**Tabella 20 - Analisi delle corrispondenze tra obiettivi specifici della nuova PAC e misure disponibili**

		Pagamenti diretti	Sviluppo rurale								Intervento settoriale vino								OP e organismi interprofessionali	Autorizzazioni impianti	
			Impegni ambientali	Vincoli naturali	Svantaggi territoriali	Investimenti	Insediamiento giovani	Gestione del rischio	Cooperazione	Trasferimento informazioni	Promozione	Informazione	Investimenti	Innovazione	Ristrutturazione vigneti	Distillazione sottoprod.	Assicurazioni	Fondi mutualistici			Vendemmia verde
OS1	Sostenere redditi agricoli e resilienza	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X		
OS2	Competitività		X			X			X	X	X	X	X	X							
OS3	Posizione agricoltori nella filiera							X	X										X	X	
OS4	Mitigaz. cambio clima ed energia sost.					X		X	X	X			X	X	X						
OS5	Favorire sviluppo sostenibile		X			X		X	X	X			X	X	X						
OS6	Biodiversità, servizi ecosist., paesaggio					X		X	X	X			X	X	X						X
OS7	Giovani e imprenditoria					X	X	X	X	X	X	X	X	X							X
OS8	Sviluppo locale: inclusione e crescita	X		X	X		X		X	X	X	X	X	X					X		
OS9	Prodotti e salute umana									X	X	X									

Fonte: Pomarici, E., Sardone, R. (2020). EU wine policy in the framework of the CAP: post-2020 challenges, *Agricultural and Food Economics*, 2020, 8(1), 17.



## 3.1 Obiettivo specifico 1: Sostenere un reddito agricolo sufficiente e la resilienza in tutta l'Unione per migliorare la sicurezza alimentare

### Fabbisogni

Il settore vitivinicolo italiano nel suo insieme mostra un livello di reddito per unità di lavoro che si colloca tra i più alti dell'agricoltura e, considerati i diversi livelli di costo della vita in zona urbana e rurale, comparabile con quello medio dell'economia. I redditi della componente agricola del settore vitivinicolo sono però soggetti a fluttuazioni anche marcate, per effetto degli squilibri tra domanda e offerta nei mercati intermedi e differenze strutturali su base geografica e di tipologia di prodotto offerto.

Il settore vitivinicolo nella sua componente agricola mostra, quindi, attualmente dei fabbisogni di innalzamento del reddito localizzati in alcune aree, e su tutto il territorio nazionale di stabilizzazione dei redditi. In prospettiva, tuttavia, stante le conseguenze sui mercati della prevedibile accentuazione della competizione internazionale e la dinamica crescente dei prezzi dei fattori si profila un'esigenza generalizzata di azioni a favore del reddito della componente agricola del settore vitivinicolo che, tuttavia, assume caratteristiche specifiche nei diversi contesti.

### Finalizzazione e combinazione strumenti PAC

I fabbisogni di intervento che è possibile individuare in relazione all'OS1 richiedono un'azione basata su un'utilizzazione complementare di numerose misure, combinando il sostegno diretto al reddito in limitati casi con un mix complesso di misure nel quadro dello sviluppo rurale e dell'intervento settoriale.

Le finalità specifiche che devono essere perseguite e le relative modalità di attivazione delle misure PAC necessarie per il loro raggiungimento possono essere così sintetizzate:

- sostegno immediato del reddito nelle aree più critiche mediante pagamenti diretti;
- stabilizzazione dei redditi mediante diffusione di forme mutualistiche di gestione del rischio sulle rese e sul reddito (da realizzare preferibilmente nell'ambito della politica di sviluppo rurale piuttosto che in quello dell'intervento settoriale), assicurazioni, vendemmia verde;
- creazione di condizioni favorevoli all'innalzamento dei redditi utilizzando in modo appropriato tutte le misure previste dalla politica di sviluppo rurale e dall'intervento settoriale, con un'attenzione particolare allo sviluppo di reti per l'acquisizione e utilizzazione comune di risorse per la gestione efficiente dei processi produttivi in una prospettiva di sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

## 3.2 Obiettivo specifico 2: Migliorare l'orientamento al mercato e aumentare la competitività

### Fabbisogni

Il settore vitivinicolo italiano nel suo insieme ha esibito performance di mercato di rilievo sia nel mercato interno che nei mercati internazionali, sostenute da un livello cospicuo di investimenti e di attività di innovazione; ciononostante vi sono segmenti del settore che vedono indebolirsi il legame con i mercati di sbocco e di conseguenza mostrano carenze di competitività.

Emerge, quindi, evidente e immediata l'esigenza di favorire l'orientamento al mercato dei segmenti di offerta che appaiono deboli sotto questo aspetto; oltre a ciò, tuttavia, in uno scenario di mercato dinamico, con concorrenti molto attivi, risulta necessario porre le condizioni per una proiezione nel futuro del vantaggio



competitivo dei segmenti che oggi mostrano performance soddisfacenti, rinsaldando ed ampliando le relazioni con il sistema distributivo e i consumatori finali, cogliendo anche in modo più pieno le opportunità offerte dall'evoluzione del mercato, anche considerando le modifiche strutturali che la pandemia di Covid-19 sta determinando nel mercato del vino sotto il profilo delle aspettative dei consumatori sul piano del pregio intrinseco dei prodotti e delle modalità di distribuzione.

#### Finalizzazione e combinazione strumenti PAC

I fabbisogni di intervento che è possibile individuare in relazione all'OS2 richiedono un'azione basata su un'utilizzazione complementare di numerose misure riferibili esclusivamente allo sviluppo rurale e dell'intervento settoriale.

Le finalità specifiche che devono essere perseguite e le relative modalità di attivazione delle misure PAC necessarie per il loro raggiungimento possono essere così sintetizzate:

- supporto al rafforzamento dell'orientamento al mercato dei segmenti di offerta che appaiono deboli sotto questo aspetto, sostenendo lo sviluppo della conoscenza dei mercati attraverso gli interventi per lo scambio di conoscenze e l'informazione nel quadro della politica di sviluppo rurale o studi di mercati esteri nuovi, necessari all'ampliamento degli sbocchi di mercato nel quadro della promozione nei paesi terzi prevista dall'intervento settoriale, anche al fine di comprendere le esigenze e preferenze sensoriali specifiche dei diversi mercati e le sensibilità in termini di comunicazione e modalità di distribuzione;
- supporto al rafforzamento delle relazioni dell'offerta italiana con i mercati dei paesi terzi mediante efficaci azioni di promozione sostenute dall'intervento settoriale, nel quadro, soprattutto per quanto riguarda i paesi emergenti, di un'adeguata azione di sistema che offra una base di appoggio all'azione delle imprese singole o delle reti di imprese impegnate nella promozione;
- supporto al miglioramento del potenziale competitivo di tutte le produzioni favorendo:
  - un'ottimizzazione dei costi da ottenersi mediante investimenti materiali e immateriali finanziati nell'ambito della politica di sviluppo rurale (quando possibile stimolando la cooperazione) o dell'intervento settoriale, soprattutto orientati a sfruttare le potenzialità della digitalizzazione;
  - una maggiore efficacia delle relazioni tra imprese e clienti intermedi e finali (a valle) e con i fornitori (a monte) attraverso un uso estensivo e strutturato delle tecnologie digitali con finanziamenti di investimenti immateriali nell'ambito dello sviluppo rurale o dell'intervento settoriale, per fare evolvere i sistemi informativi aziendali verso una logica *enterprise resource planning (ERP)* e di *customer relationship management (CRM)*, in modo da poter inserire le imprese in logiche avanzate di *supply chain management*.
- supporto all'ulteriore qualificazione dell'offerta vinicola nazionale al fine di ampliare la quota dei vini delle categorie *superpremium e superiori* collocati nel mercato, mediante i) interventi nel quadro della politica di sviluppo rurale per lo scambio di conoscenze e informazioni, e per attività in cooperazione finalizzate a individuare nelle diverse aree di produzione i modelli viticoli ed enologici idonei per ottenere la massima espressione sensoriale e i modelli commerciali idonei alla valorizzazione sul mercato dei vini di alto e altissimo pregio e ii) premialità per gli interventi di ristrutturazione e riconversione dei vigneti posti in collina e montagna.



### 3.3 Obiettivo specifico 3: Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena del valore

#### Fabbisogni

L'offerta del settore vitivinicolo italiano al mercato finale è solo in parte proveniente da filiere integrate e la componente agricola colloca buona parte della sua produzione di uva o di vino su mercati intermedi, dove soffre spesso di una posizione di inferiorità rispetto ai compratori. Questo vale sia per gli agricoltori singoli che vendono uva o vino, sia per quelli associati a quelle cooperative che non sono in grado di portare sul mercato finale la produzione imbottigliata o confezionata. Emerge, quindi, il bisogno di interventi che rafforzino il potere contrattuale degli agricoltori operando sul piano della mitigazione delle conseguenze negative della debolezza contrattuale e su quello del potenziamento della capacità contrattuale.

#### Finalizzazione e combinazione strumenti PAC

I fabbisogni di intervento che è possibile individuare in relazione all'OS3 richiedono un'azione basata su un'utilizzazione complementare di un numero contenuto di misure riferibili allo sviluppo rurale e dell'intervento settoriale, nonché allo stimolo ad un'applicazione più matura e completa delle norme relative alle organizzazioni dei produttori e agli organismi interprofessionali.

Le finalità specifiche che devono essere perseguite e le relative modalità di attivazione delle misure PAC necessarie per il loro raggiungimento possono essere così sintetizzate:

- supporto alla mitigazione delle cadute di reddito con attivazione di fondi mutualistici nel quadro dello sviluppo rurale e disponibilità di fondi per la vendemmia verde nel quadro dell'intervento settoriale;
- supporto al rafforzamento del potere contrattuale favorendo la conoscenza dei mercati attraverso scambio di conoscenze e informazioni e incentivando l'adesione a forme di cooperazione nell'ambito dello sviluppo rurale finalizzate all'adesione a regimi di qualità, allo sviluppo di organizzazioni di produttori, allo sviluppo di filiere corte o alla realizzazione di altre forme di associazione finalizzate al potenziamento del potere contrattuale.

Tuttavia, al di là della manovra di strumenti di spesa, il potenziamento del rafforzamento della posizione degli agricoltori nella catena del valore può essere favorito da azioni pubbliche finalizzate a portare l'attenzione della componente agricola del settore vitivinicolo sulle opportunità delle forme di integrazione orizzontale e dei contratti e da una sorveglianza sugli statuti dei Consorzi di tutela affinché i produttori di uva siano incentivati a partecipare attivamente ai consorzi, vedendo riconosciuti e tutelati i propri interessi, anche attraverso la redazione dei Piani triennali che i Consorzi di tutela possono redigere ai sensi della più recente normativa e che potrebbero includere regole e strumenti a tutela della componente agricola finalizzati a stabilizzare i mercati intermedi di uva e vino all'interno delle DO/IG.

### 3.4 Obiettivo specifico 4: Contribuire alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento a essi, come pure allo sviluppo dell'energia sostenibile

#### Fabbisogni

Al fine della mitigazione dei cambiamenti climatici il settore vitivinicolo deve ridurre significativamente le emissioni di gas serra dirette e indirette in vigneto e nelle fasi di trasformazione e distribuzione e sfruttare tutte le sue potenzialità in termini di uso delle energie rinnovabili e di produzione di energie rinnovabili.





Relativamente all'adattamento ai cambiamenti climatici emergono fabbisogni di aumento della capacità dei vigneti di resistere agli stress abiotici, potenziando la loro capacità intrinseca e adottando idonei sistemi di irrigazione e di gestione del rischio. Al tempo stesso risulta necessario modificare le tecniche di gestione della chioma e quelle di vinificazione per gestire le modifiche alle caratteristiche compositive dell'uva che il cambiamento climatico già sta determinando e che, oltre che comportare un significativo aumento del grado potenziale, rischiano di determinare modifiche nel profilo sensoriale dei vini prodotti, che finirebbe per allontanarsi dai modelli di tipicità tradizionali.

#### Finalizzazione e combinazione strumenti PAC

I fabbisogni di intervento che è possibile individuare in relazione all'OS4 richiedono un'azione basata su un'utilizzazione complementare di diverse misure riferibili esclusivamente allo sviluppo rurale e dell'intervento settoriale, con lo scopo di raggiungere tuttavia numerose finalità.

Le finalità specifiche che devono essere perseguite e le relative modalità di attivazione delle misure PAC necessarie per il loro raggiungimento possono essere così sintetizzate:

- supporto alla riduzione delle emissioni di gas serra in vigneto favorendo con le azioni di informazione nell'ambito della politica di sviluppo rurale la conoscenza di tecniche di gestione del vigneto che riducono i passaggi in campo e con investimenti materiali finanziati con lo sviluppo rurale favorendo la diffusione di macchine operatrici elettriche;
- supporto all'utilizzazione energetica di residui di potatura finanziando nelle singole imprese idonei investimenti materiali nell'ambito dello sviluppo rurale o dell'intervento settoriale, in un quadro di maggiori conoscenze grazie ad azioni di trasferimento di informazioni e di avvio di attività in cooperazione supportate dallo sviluppo rurale;
- supporto alla riduzione delle emissioni di gas serra in cantina (temperature, eliminazione di processi energivori, recupero CO<sub>2</sub>) finanziando nelle singole imprese idonei investimenti materiali e immateriali nell'ambito dello sviluppo rurale o dell'intervento settoriale, in un quadro di maggiori conoscenze grazie ad azioni di trasferimento di informazioni;
- supporto alla riduzione degli input di cantina, con conseguente riduzione delle emissioni indirette di gas serra, grazie ad azioni di trasferimento di informazioni e finanziate dallo sviluppo rurale indirizzate alla diffusione di protocolli di "enologia leggera" caratterizzati da una riduzione drastica di ingredienti e coadiuvanti tecnologici;
- supporto all'utilizzazione energetica dei sottoprodotti della vinificazione finanziando nelle singole imprese idonei investimenti materiali nell'ambito dello sviluppo rurale o dell'intervento settoriale, in un quadro di maggiori conoscenze grazie ad azioni di trasferimento di informazioni e di avvio di attività in cooperazione supportate dallo sviluppo rurale;
- supporto all'adattamento ai cambiamenti climatici dei vigneti con una premialità nell'assegnazione dei finanziamenti alla ristrutturazione e riconversione dei vigneti nell'ambito dell'intervento settoriale per la realizzazione di impianti con orientamento e forma di allevamento adatti alle mutate condizioni climatiche, con portinnesti resistenti a stress abiotici e predisposti all'irrigazione di soccorso;
- supporto alla mitigazione degli effetti del cambiamento climatico con azioni di trasferimento di informazioni e conoscenze finanziate dallo sviluppo rurale indirizzate alla diffusione di modelli di gestione del vigneto e della vinificazione che preservino le caratteristiche tradizionali e tipiche dei vini.



### 3.5 Obiettivo specifico 5: Favorire lo sviluppo sostenibile e un'efficiente gestione delle risorse naturali come l'acqua, il suolo e l'aria

#### Fabbisogni

Nonostante le numerose iniziative in corso e lo sviluppo di standard pubblici e privati certificabili a disposizione per guidare e comunicare l'impegno delle imprese vitivinicole rispetto al tema dello sviluppo sostenibile visto nella sua complessità, solo una parte minoritaria del settore vitivinicolo italiano è in grado di dimostrare il proprio impegno su questo tema. Questo in prospettiva sarà un elemento di criticità oltre che in termini di coerenza con gli obiettivi generali e specifici della riforma della PAC anche rispetto agli orientamenti strategici dell'UE (*Green Deal, strategia Farm to Fork*) e delle sensibilità del mercato. È, quindi, necessario accelerare il processo già avviato, per accrescere la diffusione di modelli di gestione sostenibili basati su un'attività vitivinicola economicamente vitale ma a impatto ambientale nullo e con effetti positivi sul personale impegnato e sulle comunità circostanti i vigneti e le cantine. Per fare questo è necessario favorire la rimozione degli ostacoli esistenti, facilitando l'accesso alle tecnologie e soluzioni organizzative esistenti e stimolando la messa a punto di nuovi, nel quadro di un approccio AKIS che consenta di valorizzare in modo pieno le opportunità della digitalizzazione.

#### Finalizzazione e combinazione strumenti PAC

I fabbisogni di intervento che è possibile individuare in relazione all'OS5 richiedono un'azione basata su un'utilizzazione complementare di diverse misure riferibili allo sviluppo rurale e dell'intervento settoriale, con lo scopo di raggiungere numerose finalità.

Le finalità specifiche che devono essere perseguite e le relative modalità di attivazione delle misure PAC necessarie per il loro raggiungimento possono essere così sintetizzate:

- supporto all'assunzione di impegni certificati rispetto ai temi della sostenibilità ambientale e sociale attraverso gli interventi per gli impegni ambientali, climatici e per altri impegni in materia di modelli di gestione sostenibili nel quadro della politica di sviluppo rurale;
- supporto all'individuazione e diffusione di modelli organizzativi e soluzioni tecniche che facilitino l'adozione di impegni ambientali, climatici e altri impegni in materia di gestione attraverso attività in cooperazione, sempre nel quadro della politica di sviluppo rurale, finalizzate allo sviluppo di innovazioni o all'adozione di modelli già esistenti;
- supporto agli investimenti materiali e immateriali nella fase viticola nel quadro dello sviluppo rurale finalizzati all'ottimizzazione della gestione del vigneto rispetto all'impatto ambientale e alla sicurezza degli operatori;
- supporto all'adattamento dei vigneti, con una premialità nell'assegnazione dei finanziamenti alla ristrutturazione e riconversione dei vigneti nell'ambito dell'intervento settoriale nel caso di: i) realizzazione di impianti che consentono forme di gestione che facilitino la riduzione dell'impatto ambientale; ii) se ritenuto valido nel quadro delle strategie regionali/nazionali la riconversione verso varietà ibride resistenti;
- supporto alla diffusione degli strumenti di gestione del rischio rese nel quadro dello sviluppo rurale.



### 3.6 Obiettivo specifico 6: Contribuire alla tutela della biodiversità, rafforzare i servizi ecosistemici e preservare gli habitat e il paesaggio

#### Fabbisogni

La viticoltura è un'attività che contribuisce in modo significativo alla caratterizzazione del paesaggio agrario ed è dispensatrice di servizi ecosistemici di rilievo. Testimonianza esemplare di ciò è il riconoscimento da parte dell'UNESCO di due territori viticoli (Langhe e colline di Conegliano e Valdobbiadene), quali patrimoni dell'Umanità. È necessario, tuttavia, porre in essere azioni che consentano il mantenimento delle sistemazioni di pianura e di collina/montagna di maggiore pregio paesaggistico, spesso legate a saperi tradizionali a rischio di dispersione, in un contesto di gestione aziendale che conservi o accresca la biodiversità e habitat caratteristici. È necessario, quindi, garantire la trasmissione, e l'aggiornamento, delle conoscenze utili alla conservazione e potenziamento del valore paesaggistico e in termini di biodiversità degli impianti viticoli e l'erogazione di incentivi e compensazioni economiche quando necessario, anche in sintonia con lo spirito della Legge 238/2016 (articolo 1, Patrimonio culturale nazionale; articolo 7, Salvaguardia dei vigneti eroici o storici).

#### Finalizzazione e combinazione strumenti PAC

I fabbisogni di intervento che è possibile individuare in relazione all'OS6 richiedono un'azione basata su un'utilizzazione complementare di diverse misure riferibili allo sviluppo rurale e dell'intervento settoriale, e anche l'utilizzazione mirata delle premialità nell'assegnazione delle autorizzazioni agli impianti.

Le finalità specifiche che devono essere perseguite e le relative modalità di attivazione delle misure PAC necessarie per il loro raggiungimento possono essere così sintetizzate:

- supporto alla conservazione del valore paesaggistico dei vigneti favorendo con azioni di informazione nell'ambito della politica di sviluppo rurale la conoscenza di tecniche di conservazione e restauro delle sistemazioni tradizionali con adattamento alle moderne esigenze di tecnica colturale e inserimento di riserve di biodiversità;
- supporto alla conservazione del valore paesaggistico dei vigneti finanziando nelle singole imprese idonei investimenti materiali nell'ambito dello sviluppo rurale o dell'intervento settoriale;
- supporto alla conservazione del valore paesaggistico del costruito o alla mitigazione degli effetti visivi negativi del costruito non tradizionale finanziando nelle singole imprese idonei investimenti materiali nell'ambito dello sviluppo rurale o dell'intervento settoriale;
- supporto alla strutturazione delle imprese collocate in particolari contesti paesaggistici con riconoscimento di priorità nell'accesso alle autorizzazioni agli impianti.

### 3.7 Obiettivo specifico 7: Attrarre giovani agricoltori e facilitare lo sviluppo imprenditoriale nelle zone rurali

#### Fabbisogni

Il settore vitivinicolo è tra quelli più vitali del sistema agroalimentare e rappresenta, pertanto, uno di quelli per il quale il potenziale di attrazione di iniziative imprenditoriali, anche da parte di giovani, è più elevato. Di fatto il settore vitivinicolo è quello che più si presta alla valorizzazione delle aree rurali marginali che presentano condizioni ambientali favorevoli, grazie alla possibilità di ottenere prodotti che per valore unitario possono compensare alti costi di produzione dovuti alla scala ridotta delle attività che possono essere di



norma sviluppate. Lo sfruttamento del potenziale di attrazione del settore vitivinicolo richiede però la rimozione di vincoli di varia natura, sia legati alla conoscenza e relazioni con i mercati, sia legati a dotazioni di fattori.

#### Finalizzazione e combinazione strumenti PAC

Anche i fabbisogni di intervento che è possibile individuare in relazione all'OS7 richiedono un'azione basata su un'utilizzazione complementare di diverse misure riferibili allo sviluppo rurale e dell'intervento settoriale, e anche l'utilizzazione mirata delle premialità nell'assegnazione delle autorizzazioni agli impianti.

Le finalità specifiche che devono essere perseguite e le relative modalità di attivazione delle misure PAC necessarie per il loro raggiungimento possono essere così sintetizzate:

- supporto alla diffusione della cultura imprenditoriale e la conoscenza dei mercati con il finanziamento di azioni di scambio di conoscenze e informazione, incluse le azioni di consulenza, nell'ambito della politica di sviluppo rurale;
- supporto all'insediamento dei giovani con le misure proprie dello sviluppo rurale, anche attraverso il ricorso a strumenti finanziari, e mediante il "pagamento supplementare" nel quadro dei pagamenti diretti;
- supporto alla strutturazione delle nuove aziende mediante premialità dell'accesso agli investimenti materiali e immateriali nel quadro dello sviluppo rurale e dell'intervento settoriale, ai fondi per l'informazione e la promozione e a quelli per la ristrutturazione dei vigneti nell'ambito dell'intervento settoriale, nell'accesso alle autorizzazioni agli impianti;
- supporto alla continuità reddituale delle nuove imprese con agevolazioni nell'accesso al credito e agli strumenti di gestione del rischio (sviluppo rurale);
- stimolo della creazione di reti che coinvolgano giovani imprese e giovani imprenditori con premialità nell'accesso ai fondi per la cooperazione nell'ambito dello sviluppo rurale.

### 3.8 Obiettivo specifico 8: Promuovere l'occupazione, la crescita, l'inclusione sociale e lo sviluppo locale nelle zone rurali, inclusa la bioeconomia e la silvicoltura sostenibile

#### Fabbisogni

L'attività vitivinicola per le medesime ragioni enunciate in relazione all'OS7 è una delle poche attività agricole in grado di attivare una domanda di lavoro importante, in ruoli qualificati e potenzialmente gratificanti. Questo nelle attività di campo, enologiche, commerciali e nell'indotto. Occorre, tuttavia, creare le condizioni per fare esprimere le potenzialità del settore vitivinicolo rispetto alla crescita dell'occupazione e, quindi, dell'inclusione sociale in un quadro di sviluppo locale delle zone rurali. I processi di sviluppo locale possono essere guidati da imprese già esistenti che differenziano la produzione verso produzioni a più alto valore aggiunto o nuove iniziative imprenditoriali (vedi OS7): in tutti e due i casi, tuttavia, l'innescò di significativi processi di sviluppo locale richiede una crescita delle competenze dei soggetti locali, cui difficilmente potrebbero provvedere autonomamente le citate nuove iniziative, e la formazione di un tessuto anche esterno al sistema di produzione vitivinicola in senso stretto che favorisca lo sviluppo di produzioni di alto pregio e l'avvio di iniziative inquadrabili nell'ambito della bioeconomia.



## Finalizzazione e combinazione strumenti PAC

I fabbisogni di intervento che è possibile individuare in relazione all'OS8 richiedono un'azione molto complessa che agisca sulla molteplicità di fattori che condizionano l'attivazione di processi di sviluppo locale. È necessaria, quindi, l'utilizzazione complementare della maggior parte delle misure riferibili allo sviluppo rurale e dell'intervento settoriale.

Le finalità specifiche che devono essere perseguite e le relative modalità di attivazione delle misure PAC necessarie per il loro raggiungimento possono essere così sintetizzate:

- supporto alla crescita delle competenze relative al processo di produzione e distribuzione con il finanziamento di azioni di scambio di conoscenze e informazione, focalizzate sulle pratiche colturali, operazioni enologiche, comunicazione e distribuzione con specifico riferimento ai vini di alto e altissimo pregio;
- compensazione degli svantaggi di costo per le imprese soggette a vincoli naturali o a svantaggi territoriali con adeguati finanziamenti dello sviluppo rurale;
- supporto alla protezione dei redditi nelle aree interessate a programmi di sviluppo locale con incentivazione all'adozione di strumenti di gestione del rischio nel quadro dello sviluppo rurale e con accesso alla vendemmia verde nel quadro dell'intervento settoriale;
- supporto nelle aree dove l'innescò di processi di sviluppo locale è più critico di premialità particolari per l'insediamento dei giovani con le misure proprie dello sviluppo rurale, eventualmente collegate allo sviluppo di processi aziendali coerenti con i principi dell'economia circolare e della bioeconomia;
- supporto allo sviluppo di un tessuto locale esterno alla produzione vitivinicola in senso stretto favorevole all'espansione di produzioni di alto pregio mediante il sostegno alla nascita e agli investimenti di micro, piccole e medie imprese e lo strumento LEADER con piani di sviluppo locale orientati alla crescita delle attività turistiche e alla creazione di servizi reali locali per le imprese vitivinicole;
- stimolo della creazione di reti che coinvolgono le imprese collocate nelle aree dove l'innescò di processi di sviluppo locale è più critico mediante premialità nell'accesso ai fondi per la cooperazione nell'ambito dello sviluppo rurale, finalizzate anche alla promozione di condizioni favorevoli allo sviluppo nelle singole aziende di attività coerenti con la bioeconomia e l'economia circolare;
- supporto allo sviluppo di infrastrutture e di servizi per la digitalizzazione nelle aree rurali.

## 3.9 Obiettivo specifico 9: Migliorare la risposta dell'agricoltura dell'UE alle esigenze della società in materia di alimentazione e salute, compresi alimenti sani, nutrienti e sostenibili, nonché il benessere degli animali

### Fabbisogni

Il vino italiano, essendo prodotto secondo le regole stabilite dal Reg. (CE) 1308/2013 e dal Regolamento Delegato 934/2019, è un vino con altissimi standard di salubrità. Il rispetto delle regole esistenti sia in termini di pratiche enologiche che di ingredienti o coadiuvanti tecnologici è elevatissimo, come si può ricavare dai rapporti dell'ICQRF, e non sono stati aperti presso l'EFSA dossier relativi a problemi sanitari legati a sostanze presenti nel vino. L'orientamento enologico, peraltro, sta guidando verso protocolli che comportano un'utilizzazione minima dell'anidride solforosa (che risulta in generale ben al di sotto dei limiti consentiti, e sono sempre più numerosi i vini, per lo più rossi, prodotti senza solfiti aggiunti); non vengono registrati peraltro casi di residui fuori norma e contaminanti provenienti dall'uva come le Ocratossine; può comunque



essere utile fare crescere la consapevolezza tra gli operatori sui rischi di tipo chimico, fisico e biologico legati alla produzione del vino. Relativamente al tema della salute, può però diventare problematica la crescita del grado alcolico dei vini prodotti per effetto del cambiamento climatico.

Purtroppo l'evoluzione degli stili di vita e dei modelli di comportamento delle persone più giovani, pur in uno scenario di riduzione complessiva dei consumi di alcol, comporta la crescita di fenomeni di abuso che possono includere anche il consumo di vino. Emerge pertanto l'esigenza di contrastare detti fenomeni con campagne di sensibilizzazione ed educazione al consumo delle bevande alcoliche attuate da istituzioni pubbliche, associazioni di categoria o organizzazioni come *Wine in Moderation*, che hanno mezzi e competenze per individuare le tematiche e le argomentazioni più efficaci; tuttavia, anche le singole imprese vitivinicole nella loro comunicazione possono contribuire alla diffusione di modelli di consumo responsabile del vino e degli alcolici, veicolando gli elementi di informazione e persuasione individuati a livello istituzionale.

#### Finalizzazione e combinazione strumenti PAC

I fabbisogni di intervento che è possibile individuare in relazione all'OS9 richiedono un'azione non semplice perché in parte rivolta verso l'esterno del settore; si richiede l'utilizzazione complementare di una sola misura riferibile allo sviluppo rurale e due riferibili all'intervento settoriale.

Le finalità specifiche che devono essere perseguite e le relative modalità di attivazione delle misure PAC necessarie per il loro raggiungimento possono essere così sintetizzate:

- supporto alla diffusione nei mercati dell'UE di una consapevolezza rispetto ai temi del consumo responsabile mediante premialità nell'assegnazione dei fondi destinati alla misura informazione dell'intervento settoriale;
- supporto alla diffusione nei mercati dei Paesi Terzi di una consapevolezza rispetto ai temi del consumo responsabile mediante premialità nell'assegnazione dei fondi destinati alla misura promozione dell'intervento settoriale;
- supporto alla diffusione di conoscenze sempre più approfondite sui rischi chimici, biologici e fisici per la salute umana legati al vino messo in commercio, nonché sulle tematiche del contenimento del grado alcolico senza ricorrere alla dealcolizzazione, finanziando azioni di scambio di conoscenze e informazioni nel quadro dello sviluppo rurale.



## 4 Priorità della PAC, obiettivi strategici per il vino italiano ed esigenze di ribilanciamento e complementarietà dell'intervento a favore del settore

### 4.1 Evoluzione del mercato, obiettivi strategici del settore e obiettivi PAC

Come già indicato nel capitolo 2 il mercato del vino a livello globale dovrebbe continuare a crescere nel medio termine in volume e soprattutto in valore. In termini qualitativi le analisi svolte anche dall'ISMEA<sup>13</sup> che sono stati diffuse al termine del 2020 indicano come mutamenti significativi nell'evoluzione della domanda per i prossimi anni: una maggiore attenzione ai temi dell'ambiente e della sostenibilità della produzione del vino; una maggiore sensibilità al rapporto qualità prezzo dei vini acquistati; e una maggiore apertura verso lo strumento digitale, sia in termini di canale di acquisto che di mezzo di informazione e relazione.

Questo non muta in modo sostanziale gli obiettivi strategici per il vino italiano rispetto a quanto già evidenziato dall'ISMEA in precedenti rapporti (Scheda settore vino, giugno 2020) che data la dimensione e diversificazione del settore vitivinicolo italiano possono e devono contemplare una copertura di tutti i segmenti di mercato, che per sintesi è possibile ricondurre a tre:

- *Vini super premium*: alto pregio, con una spiccata specificità territoriale perfettamente tracciata, volumi produttivi ridotti e in maggioranza caratterizzati da una denominazione d'origine.
- *Vini commercial premium*: pregio medio, con una territorialità meno specifica, ma sempre caratterizzati da finezza e originalità sensoriale, grazie anche alla possibilità di sfruttare una elevata diversificazione varietale, offerti con un rapporto qualità/prezzo vantaggioso grazie a volumi di produzione già importanti, da presentare preferibilmente come indicazioni geografiche.
- *Vini non premium*: vini standard, riferibili ai vecchi vini da tavola, generalmente senza riferimento territoriale, caratterizzati da una elevata qualità industriale e proposti, anche grazie all'utilizzazione di sistemi evoluti di gestione della catena dell'offerta (*Supply Chain Management*) e alla produzione su grandi volumi, a prezzi convenienti rispetto alla loro qualità sensoriale e sicurezza e salubrità.

Attualmente il baricentro dell'offerta vitivinicola italiana si trova nei vini di fascia media (*commercial premium*), ma l'esperienza accumulata nelle regioni italiane e il patrimonio reputazionale che il vino italiano ha visto crescere in tutti i mercati incoraggia a lavorare per un'espansione della posizione nel segmento di maggior prezzo, anche se nell'immediato l'espansione delle vendite in questo segmento è compromessa dagli effetti economici della crisi sanitaria. D'altro canto, il segmento dei *vini non premium* manterrà la sua importanza quantitativa e consentirà di dare senso economico ad una frazione importante del potenziale produttivo nazionale.

---

<sup>13</sup> Consultare a questo proposito il seminario del 17 dicembre 2020, in particolare le relazioni di Wine Meridien e OEMV (<https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/22084>) e il report <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/22350?>





**Tabella 21 - Regolamento del Piano strategico della PAC: corrispondenze tra obiettivi specifici della PAC e obiettivi nazionali della politica vitivinicola**

Obiettivi della politica settoriale	Obiettivi specifici della PAC								
	Sostenere redditi agricoli e resilienza	Competitività	Posizione agricoltori nella filiera	Mitigaz. cambio clima e energia sost.	Favorire sviluppo sostenibile	Biodiversità, servizi ecosist., paesaggio	Giovani e imprenditoria	Sviluppo locale: inclusione e crescita	Prodotti e salute umana
(a) migliorare la competitività dei produttori vitivinicoli, migliorando i sistemi di produzione sostenibili e a riducendo l'impatto ambientale		X	X	X	X	X		X	
(b) migliorare il rendimento delle aziende vitivinicole e il loro adeguamento al mercato, e aumentarne la competitività per quanto riguarda produzione e commercializzazione, risparmio energetico, efficienza energetica e processi sostenibili	X	X	X	X	X		X	X	
(c) contribuire a ripristinare l'equilibrio tra l'offerta e la domanda sul mercato vitivinicolo per prevenire crisi di mercato	X								
(d) salvaguardare il reddito dei produttori vitivinicoli da perdite causate da calamità naturali e avversità biotiche e abiotiche	X								
(e) aumentare prospettive di commercializzazione e competitività dei prodotti vitivinicoli, mediante sviluppo di prodotti, processi e tecnologie innovativi	X	X	X		X				X
(f) utilizzare i sottoprodotti della vinificazione a fini industriali ed energetici per garantire la qualità dei vini proteggendo nel contempo l'ambiente				X	X				
(g) contribuire a una maggiore sensibilizzazione dei consumatori sul consumo responsabile di vino e sui regimi di qualità dell'Unione per il vino		X							X
(h) migliorare la competitività dei prodotti vitivinicoli dell'Unione nei paesi terzi		X						X	
(i) contribuire ad aumentare la resilienza dei produttori contro il rischio di fluttuazioni del mercato	X								

Fonte: Elaborazioni RRN/Ismea da COM(2018) 392 final (artt. 6 e 51)

Sarà, quindi, necessario, in vista della formulazione del PSN, sviluppare una riflessione separata e specifica sui modelli produttivi riferibili ai diversi segmenti di prezzo 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.

Il perseguimento degli obiettivi strategici di rafforzamento della posizione dell'offerta italiana sui mercati appare coerente con il perseguimento di tutti gli obiettivi specifici della PAC e le azioni di sostegno al settore analiticamente indicate con riferimento a ciascuno di essi risultano pienamente funzionali anche ad un complessivo sviluppo della competitività del settore. Difatti, le caratteristiche e le potenzialità di sviluppo e di creazione di valore del settore vitivinicolo italiano sono tali che questo può contribuire in modo importante al raggiungimento da parte del sistema agricolo italiano degli obiettivi della nuova PAC. Relativamente all'integrazione del settore vitivinicolo nel PSN si dovrà, quindi, procedere con la progettazione di una politica vitivinicola nazionale ad ampio spettro, che persegua tutti i nove obiettivi settoriali previsti dall'articolo 51 del Regolamento del Piano strategico della PAC, così da mirare ciascun obiettivo specifico della PAC con più linee di azione, giuste le connessioni esplicitate dallo stesso articolo 51 ed evidenziate nella tabella 20.

## 4.2 Obiettivi, gestione delle risorse disponibili e altri interventi

Il perseguimento degli obiettivi strategici di settore e allo stesso tempo degli obiettivi specifici della PAC, nel quadro di un orientamento di fondo che si caratterizza per obiettivi particolarmente ambiziosi sul piano ambientale, impone un modello di ripartizione delle risorse disponibili che consenta di migliorare ulteriormente la *performance* competitiva del settore e la realizzazione in tempi brevi degli investimenti materiali e immateriali che possono consentire un miglioramento significativo della *performance* ambientale.

In questa prospettiva, per quanto riguarda l'intervento settoriale, occorre ampliare la disponibilità di risorse per la promozione sui Paesi Terzi (considerando anche che il Regno Unito dal 2021 sarà un Paese Terzo), rendere disponibili risorse anche per l'informazione sul mercato interno e ampliare la disponibilità per gli investimenti. Tutto ciò riducendo la quota disponibile per la ristrutturazione e riconversione dei vigneti. Importante sarà comunque garantire l'efficacia delle risorse destinate alla promozione, con una selezione attenta dei progetti ed ampliando la possibilità di finanziare progetti che coinvolgono imprese collocate in diverse regioni, o ampliando la quota nazionale o facilitando la realizzazione di progetti multiregionali.

Risulta, peraltro, ragionevole non destinare risorse dell'intervento settoriale alla gestione del rischio (assicurazioni e fondi mutualistici), risultando lo sviluppo rurale il contesto più idoneo; altresì opportuno è non destinare risorse alla misura innovazione e concentrare nello sviluppo rurale il sostegno a questo ambito di attività.

Nell'ambito dello sviluppo rurale, inoltre, dovrebbe essere garantita un'adeguata disponibilità di risorse accessibili per le imprese vitivinicole, con modalità di assegnazione che garantiscano il perseguimento degli obiettivi di sostegno ai processi di sviluppo locale e all'imprenditoria giovanile e al contempo sostengano un'evoluzione del settore caratterizzata dal raggiungimento di più elevati standard di sostenibilità ambientale e sociale in un quadro di economicità, grazie a investimenti materiali e immateriali innovativi caratterizzati da un'ampia adozione di tecnologie digitali.

Tuttavia, come risulta anche dall'analisi presentata nel capitolo 3, il perseguimento degli obiettivi strategici di settore e degli obiettivi specifici della PAC richiede un uso combinato degli strumenti dello sviluppo rurale e dell'intervento settoriale che ripropone il tema della demarcazione tra ciò che può essere finanziato con i fondi FEASR (sviluppo rurale) e FEAGA (intervento settoriale). La programmazione contemporanea di tutti gli interventi di spesa dovrebbe facilitare il compito rispetto a quanto avvenuto nella scorsa programmazione, ma il tema mantiene la sua complessità soprattutto per quanto riguarda gli investimenti materiali e



immateriali<sup>14</sup>. Le opzioni disponibili (esclusività del sostegno, soglia finanziaria, tipo di operazione, dimensione aziendale) sono state oggetto di scelte diverse da parte delle Regioni e Provincie Autonome e si dovrebbe valutare in sede di stesura del PSN se fare una scelta nazionale unica, che eviterebbe disparità di condizioni tra imprese collocate in territori diversi e faciliterebbe la programmazione dei piani di sviluppo delle imprese che agiscono su scala multiregionale.

La valorizzazione delle risorse che nel quadro della nuova PAC potranno essere trasferite alle imprese richiede delle azioni di sistema, come in parte già evidenziato nel capitolo 2. La penetrazione e l'espansione dell'offerta vitivinicola nazionale nei mercati con maggiore potenziale di sviluppo richiede, infatti, un supporto forte di natura istituzionale, attraverso per esempio progetti *ad hoc* dell'ICE, in sinergia con la rete delle Ambasciate, sulla base di valutazioni quantitative e qualitative dei potenziali di evoluzione dei mercati con particolare riferimento al vino.

In tema di investimenti, si può osservare che alcune aree necessitano di interventi infrastrutturali che vanno oltre le possibilità delle singole imprese; è il caso delle aree che si confrontano con problema di lunga data della carenza idrica e che sono attualmente aggravati dal cambiamento climatico. Queste aree dovrebbero essere incluse nei programmi nazionali sulle infrastrutture irrigue, che nella programmazione in chiusura sono stati oggetto del Programma nazionale di sviluppo rurale.

Ancora in tema di problematiche che vanno oltre le scelte e le iniziative delle singole imprese si deve sottolineare che la possibilità che il settore viticolo si inserisca efficacemente nella nuova prospettiva *green*, centrando ambiziosi obiettivi ambientali, non dipende solo dalla disponibilità di risorse a disposizione delle imprese nello sviluppo rurale o nell'intervento settoriale. È necessario che il sistema della ricerca pubblica, anche con un'attività di coordinamento da parte del CREA, metta a disposizione del settore principi guida e modelli generali di gestione dei processi produttivi che possano guidare gli investimenti e i programmi delle imprese singole e alimentare le attività di sviluppo di innovazioni con modalità *bottom up*, nel quadro dei gruppi operativi del PEI o di altre iniziative in cooperazione. In questa prospettiva utili saranno le attività già in essere da parte della Rete Rurale e di ISMEA nel quadro dell'iniziativa InnovalnAzione<sup>15</sup>

Certamente, per dare una prospettiva comune ai percorsi di innovazione sarà molto importante la disponibilità di un protocollo unico per la sostenibilità del vino (che sarà disponibile nei primi nei prossimi mesi)<sup>16</sup>, all'altezza degli standard internazionali, che sia efficacemente presentato alla comunità dei produttori e fatto conoscere agli attori dei sistemi distributivi e al pubblico dei consumatori in tutti i mercati.

L'efficace perseguimento degli obiettivi specifici della PAC richiederà, tuttavia, adeguamenti normativi di responsabilità nazionale anche su altri fronti. Tra questi i principali sono quelli relativi alla gestione della produzione dei vini a denominazione, attualmente disciplinata dall'art. 39 della Legge 238/2016, e al contrasto delle pratiche commerciali scorrette, inquadrato normativamente dalla recente Direttiva 633/2019 in materia di pratiche commerciali sleali nei rapporti tra imprese nella filiera agricola e alimentare, che è in attesa dei provvedimenti attuativi nazionali.

Per quanto riguarda la gestione dell'offerta sarebbe necessario predisporre delle modifiche normative che consentano provvedimenti di limitazione dell'offerta più selettivi, che tengano conto dell'effettiva capacità

---

<sup>14</sup> Il tema della demarcazione è analizzato in modo approfondito nel Rapporto ISMEA del 2018 ([Il settore vitivinicolo alla sfida della PAC post-2020: complementarità degli interventi tra I e II pilastro e prospettive \(reterurale.it\)](#)).

<sup>15</sup> Nel quadro di questa iniziativa è stato già prodotto il [Catalogo delle innovazioni in campo \(innovarurale.it\)](#).

<sup>16</sup> DL n. 34/2020, c.d. DL Rilancio, articolo 224 ter, che introduce un sistema di certificazione della sostenibilità della filiera vitivinicola, basato su un insieme di regole produttive e di buone pratiche definite con uno specifico disciplinare di produzione.



di mercato dei diversi soggetti interessati, la cui attuazione potrebbe essere programmata e disciplinata nei piani triennali che i Consorzi di tutela possono stendere ma che non hanno ancora visto la luce. Sarebbe verosimilmente opportuno facilitare e incoraggiare la stesura di questi piano mettendo a disposizione dei Consorzi delle linee guida utili a organizzare la stesura del piano stesso.

Per quanto riguarda la disciplina sulle pratiche commerciali scorrette, è auspicabile una normativa nazionale che consenta azioni tempestive ed incisive, che estendano la loro efficacia lungo tutta la catena dell'offerta.

## Considerazioni finali

Alla luce delle criticità riscontrate nella gestione del tema della complementarità tra misure OCM e PSR per il settore vitivinicolo che hanno caratterizzato gli ultimi 10 anni di attuazione della politica vitivinicola dell'UE, nonché della non omogenea prestazione del sistema vitivinicolo italiano e delle prospettive di evoluzione del mercato mondiale del vino, la nuova PAC appare come l'occasione per una progettazione della politica vitivinicola nazionale unitaria, anche se articolata su base regionale, nella quale applicare una logica coerente nell'utilizzazione complementare e sinergica delle misure finanziate dal FEAGA (ex programma di sostegno) e di quelle finanziate dallo sviluppo rurale tramite il FEASR nella prospettiva di una valorizzazione complessiva del potenziale produttivo nazionale.

Il *Piano strategico della PAC* per il settore vitivinicolo può rappresentare, quindi, l'occasione di elaborare una strategia nazionale della quale se in passato, in anni di rapida crescita e di risultati economici complessivi migliori che in altri settori, il settore di fatto non ha sentito l'assoluta necessità, oggi, in uno scenario caratterizzato dagli effetti della pandemia Covid-19, appare estremamente utile. La consapevolezza della necessità non elimina, tuttavia, le difficoltà sostanziali insite in un'attività di programmazione che dovrà tenere conto delle diverse esigenze in termini territoriali e di segmento di offerta. Queste difficoltà dovrebbero però essere attenuate dal fatto che gli obiettivi specifici della PAC, anche alla luce degli indicatori presentati nell'allegato 1 del regolamento sul Piano Strategico della PAC, prospettano un percorso strutturato di definizione delle strategie, che dovrà anche tenere conto della prospettiva delineata dall'iniziativa *Farm to Fork*.

Cruciale sarà comunque, come accennato in precedenza, mettere a disposizione della comunità dei produttori le conoscenze innovative necessarie perché le risorse a disposizione possano veramente servire a determinare nel settore un salto in termini di modernizzazione nel segno della digitalizzazione, che è la condizione necessaria perché si sciogano gli antagonismi tra prestazione ambientale e sociale, da un lato, e prestazione economica, dall'altro, e si possano raggiungere in modo armonico tutti gli ambiziosi obiettivi della nuova PAC.

Certamente lo sviluppo del PSN dovrà basarsi sulle risorse rese disponibili dal bilancio PAC, ma tenendo in conto un panorama più vasto di opportunità di sostegno ai processi di sviluppo del settore che possono provenire dalle politiche orizzontali dell'UE destinati allo sviluppo regionale e, in particolare, ai cluster di piccole e medie imprese, nonché le opportunità di finanziamento delle imprese nel quadro dei programmi InvestEurope e Horizon Europe; importanti opportunità da considerare potrebbero trovarsi poi, soprattutto per le azioni nazionali sul fronte della digitalizzazione e di infrastrutturazione, nelle risorse provenienti dal Recovery Fund e, nell'ambito delle politiche nazionali, dal piano Industria 4.0.





Rete Rurale Nazionale  
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali  
Via XX Settembre, 20 Roma

f    [RETERURALE.IT](http://RETERURALE.IT)

Pubblicazione realizzata con il contributo FEASR (Fondo europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale)  
nell'ambito del Programma Rete Rurale Nazionale 2014-2020

