



IL VINO IN TAVOLA: TENDENZE e DATI

Overview:

La prima settimana di Aprile si è svolta a Verona la 47 edizione del VINITALY che ha registrato 148.000 (+6% rispetto lo scorso anno) dei quali 50.000 esteri provenienti da 120 diversi Paesi (+10% rispetto lo scorso anno). Un successo che aumenta di anno in anno.

Lo specchio del panorama vitivinicolo italiano rappresenta un grande esempio di successo e sta trainando l'intero comparto agroalimentare, così confermando il proprio ruolo di leader sui mercati esteri.

Caratteristiche:

- *Il mercato vitivinicolo italiano vale oltre i **9 miliardi** di Euro l'anno*
- *L'export vale **4,7 miliardi** di Euro (il 50%)*
- *Nel 2012 l'**occupazione** è aumentata del 2.6%, in netta controtendenza rispetto agli altri settori*
- *Tra il 1996 e il 2013 vi è stato un aumento di quasi **3.500 etichette** (+110,3%)*

Tendenze:

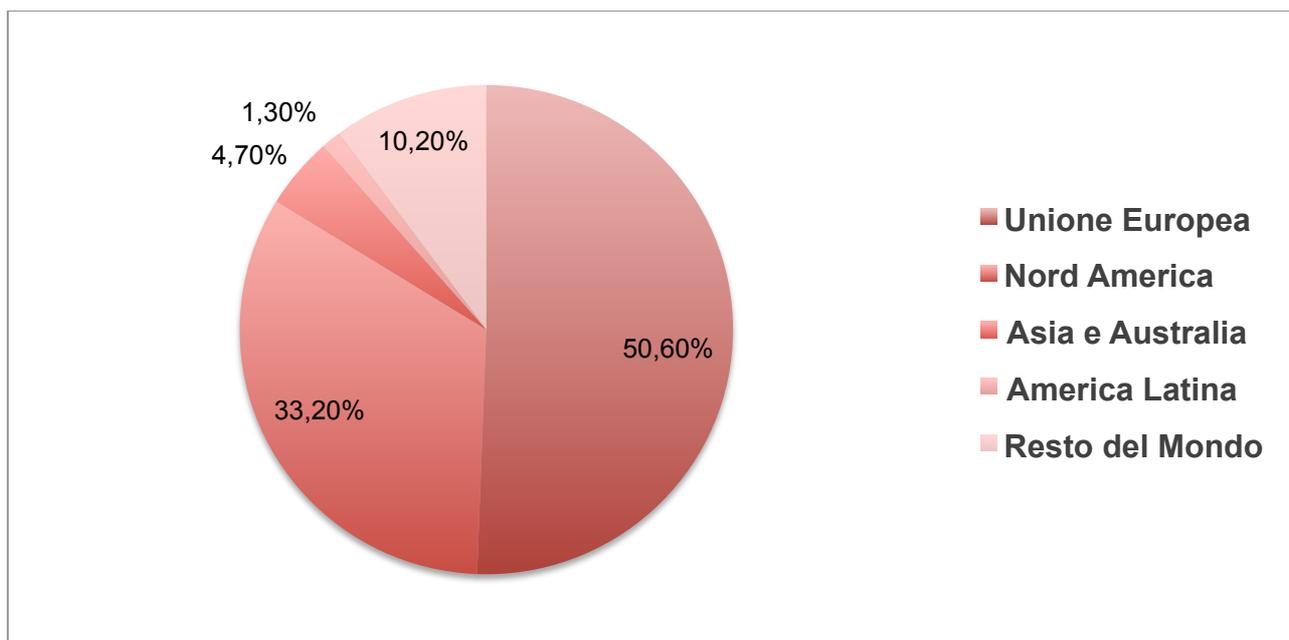
- *Crescita qualitativa dei consumi: la **fascia alta** della produzione (grandi vini, Docg e Doc) è aumentata dal 45,6% (1996) al 52,3% (2013)*
- ***Cina:** Il vino italiano si posiziona sotto il vino francese per gradimento ma l'alto tasso di apertura di ristoranti italiani in Cina potrà riservare un aumento dei consumi*
- *Nel 2012 gli investimenti pubblicitari sono aumentati del 6,5% (Tv e Online in particolare)*
- *Generalmente la **promozione** tende a non essere propriamente strutturata per i mercati esteri (manca l'organizzazione di in-store-tasting e traduzioni di libri sul vino per allargare il mercato)*
- *Apprezzamento dei vini prodotti da piccole cantine*

Tendenza Biologico:

- *Crescita della produzione di vini da agricoltura biologica e biodinamica*
- *Al Vinitaly 2012 è stata annunciata la nascita del primo salone dei vini bio che si terrà al prossimo Vinitaly, nel 2014*
- *Circa un **migliaio** di aziende produttrici certificate in Italia*

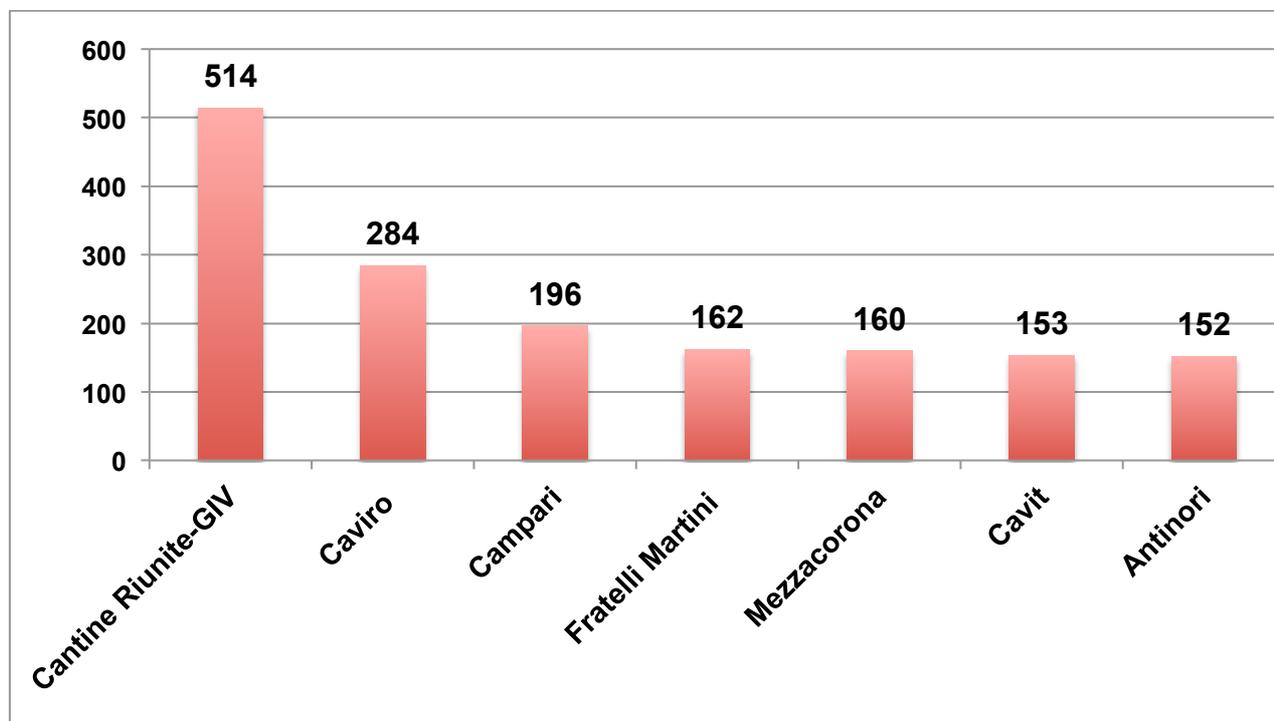
- *Prevista definizione di un unico organismo di **certificazione***
- *I maggiori **problemi** legati al biologico sono l'eccessiva burocrazia e la mancanza di un regolamento a livello EU*

Export Italia 2012:



- *Nel 2012 si è registrato un **calo in volume** delle esportazioni (-8,8%) che però è stato compensato dall'**aumento del valore medio** (+16,7%) che ha portato complessivamente di un **incremento di fatturato** del 6,5% rispetto l'anno precedente per un totale di **4,7 Miliardi di Euro***
- *Lo spumante è stato il prodotto che ha registrato la crescita maggiore (13,8% a valore)*
- *L'**Unione Europea** nel 2012 ha assorbito oltre la metà degli export italiani con una crescita del 10% rispetto l'anno precedente*
- *La classifica **buyer internazionali** presso il Vinitaly ha visto in classifica i **nord americani** seguiti dai tedeschi e dagli svizzeri.*
- *Al settimo posto invece si sono classificati i **cinesi** che trascinano anche la scalata dell'**e-commerce** vitivinicolo con i loro 190 milioni di acquirenti online*

Maggiori produttori Italiani per volume di vendite 2012:

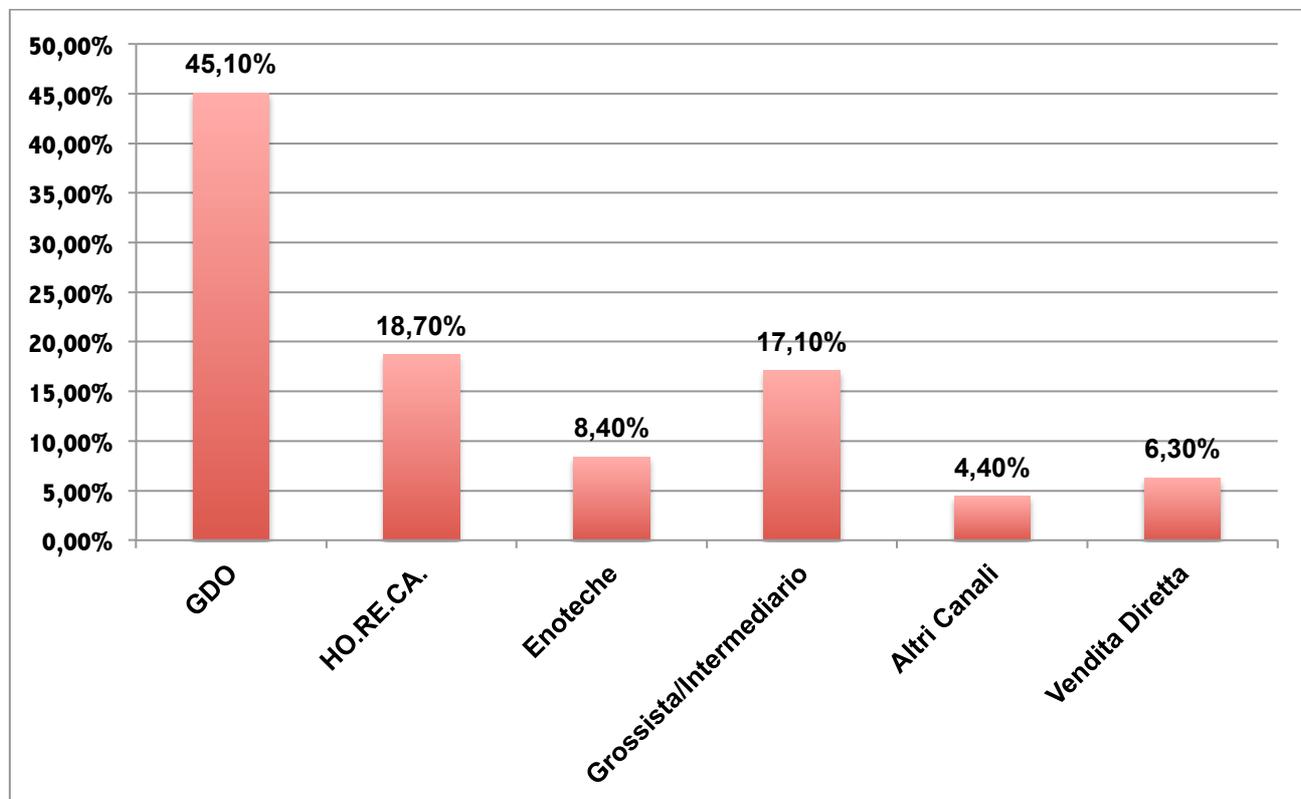


Fatturato in €Mio

- Il **fatturato** complessivo delle 108 principali aziende Italiane l'anno scorso è incrementato del 7%, con forte spinta dell'export
- Nella lista dei **principali produttori mondiali** la "Cantine Riunite – GIV" occupa il settimo posto:

Principali Produttori Mondiali 2012	Paese	Fatturato 2012 (€M)
1. Constellation	Nord America	2051
2. Lvmh	Francia	1782
3. Treasury Wine	Australia	1321
4. Distell Group	Sud Africa	1076
5. Yantai Changyu	Cina	694
6. Concha y Toro	Cile	629
7. Cantine Riunite - GIV	Italia	498

Canali di vendita:



- *La grande distribuzione organizzata (gdo) assorbe il 45,1% della produzione*
- *Le cooperative coprono il 56,7% dell'offerta gdo*
- *Aumento acquisti prosecco nella gdo (+8% a volume) particolarmente da parte di giovani e pubblico femminile*
- *L'Ho.Re.Ca (Hotel-Restaurant-Catering) è il secondo canale con una copertura del 18,7%,*
- *L'Ho.Re.Ca diventa invece il primo canale nella distribuzione di grandi vini (39,8%), cui seguono enoteche e wine bar (22%)*

I formati del vino:

- *bottiglie da 0,75 l con un prezzo medio inferiore a 3 euro = 40% del fatturato*
- *bottiglie da 0,75 l con un prezzo medio superiore a 8 euro = 7% del fatturato*
- *+ 5% in valore sulla fascia 5-7 euro*

In conclusione, nonostante la flessione della produzione vitivinicola italiana, il segmento ha registrato una crescita a valore trainata in particolar modo dall'export, sempre più consistente, verso una base paesi estero in costante espansione. Il prodotto di punta è stato lo spumante, nonostante nel 2011 avesse subito un forte calo dei consumi. Da notare l'aumento degli acquirenti online, in particolar modo in Cina. Nonostante l'investimento pubblicitario sia in aumento, rimane da potenziare la qualità dell'informazione e l'organizzazione della comunicazione in particolare all'estero e online, con specifica attenzione alla fascia alta che registra una crescita dei consumi costante.

Grazie per l'attenzione.

Fair Play Bizlabs

Per maggiori informazioni sul background dei nostri partners e le nostre referenze vi invitiamo a visitare il nostro sito www.fairplayconsulting.com.

**Per maggiori informazioni:
info@fairplayconsulting.com**

Fonti:
Sole 24Ore
Report Vinitaly 2013
Indagine Mediobanca 2013