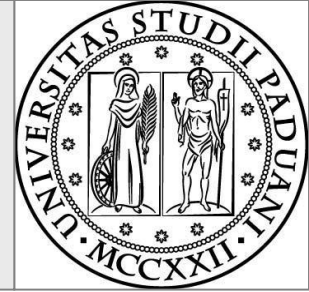




Comitato Nazionale Vini DOP ed IGP



Analisi sull'andamento dei mercati durante e post Covid- 19

Eugenio Pomarici

Università degli Studi di Padova

DIPARTIMENTO TERRITORIO E SISTEMI AGRO-FORESTALI

CENTRO INTERDIPARTIMENTALE PER LA RICERCA IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA

eugenio.pomarici@unipd.it

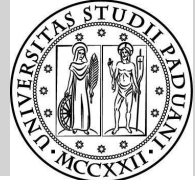
TESAF

Riunione telematica, 29-7-2020



- 1. I dati sul mercato del vino in Italia**
 - Vendite in GDO
 - Export
 - Evoluzione giacenze
- 2. Confronti con i competitor nel mercato internazionale**
- 3. Scenari di evoluzione del mercato del vino**
- 4. Reazione alla crisi e suoi effetti meno visibili**
- 5. Considerazioni finali**

Italia - vendite vino in GDO



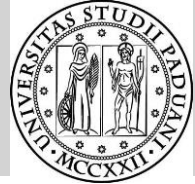
Variazioni vendite vino periodi terminanti 28 luglio 2020 rispetto stessi mesi 2019

	VOLUME		VALORE	
	ultimo semestre	ultimo bimestre	ultimo semestre	ultimo bimestre
Tot Fermo	7,7	9,8	8,3	11,1
Tot Doc + Docg	7,8	11,3	8,3	11,4
Tot Igt	7,9	11,9	10,0	13,7
Tot Altro	7,9	7,9	6,8	8,8
Tot Vino fermo e frizz.	7,9	10,0	8,4	11,5
Tot Spumanti	7,3	21,8	7,9	21,5
Tot Spumante Doc	23,7	46,6	19,6	37,8
Tot Spumante Docg	11,3	18,8	12,9	21,6

Fonte IRI Infoscan

A questi dati positivi si accompagnano ovviamente cadute importanti delle vendite HORECA che contano per il 30% in volume dei consumi italiani e 50-70% in valore!!!!

Italia - esportazioni di vino



Variazioni export vino Italia: gennaio - aprile e marzo - aprile 2020 rispetto stessi mesi 2019

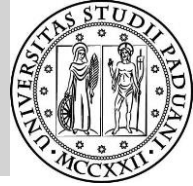
	VOLUME		VALORE	
	gennaio-aprile	marzo-aprile	gennaio-aprile	marzo-aprile
Imbottigliati	1,3	-0,4	2,0	-4,8
BiB	15,0	17,6	9,4	17,0
Sfusi	-0,8	1,3	4,4	6,6
Spumanti	17,2	20,0	0,3	1,9
Tutti i vini	3,8	3,8	1,8	-2,5

Fonte: GTA

- **Riduzioni importanti verso UK e Cina**
- **Interessante performance BiB**
- **sorprendente performance spumanti**



Giacenze

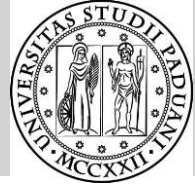


Giacenze e variazioni delle giacenze vino in Italia: primi mesi dell'anno nel 2019 e nel 2020 (milioni hl)

	2019	2020	rapporto differenze (*)
1 gennaio	58,5	58,3	
metà luglio	44,3	42,8	
differenza	14,2	15,6	1,1
metà aprile	54,3	53,1	
metà maggio	51,3	50,3	
	3,0	2,9	0,9

*: differenza 2020 su differenza 2019

Confronto Italia vs. competitor



Principali esportatori di vino: variazione esportazioni gennaio-aprile 2020 su stesso periodo 2019

	Tutti i vini		Imbottigliati		Spumanti	
	Valore	Volume	Valore	Volume	Valore	Volume
Italia	1,8	3,8	3,8	1,3	0,3	17,2
Francia	-18,0	-10,3	-10,3	-10,8	-18,6	-15,2
Spagna	-6,7	-11,6	-11,6	-7,5	-6,7	-4,7
Australia	-12,3	-7,9	-7,9	-14,9	-12,8	-18,6
Argentina	-0,5	59,1	59,1	-3,2	-34,9	-19,6
Cile	-7,2	-8,5	-8,5	-1,2	6,7	-10,3

Fonte GTA

Scenari di evoluzione del mercato del vino

Proiezioni su evoluzione mercato mondiale del vino

	Consumi mondiali		Esportazioni Europa Occ	
	Valore	Volume	Valore	Volume
<i>Dal 2019 al 2020</i>				
Tutti i vini	-7,5	-2	-11	-1
Super premium	-12,2	-5	-14	-4
Spumanti	-12,1	-6	-15	-6
<i>Dal 2020 al 2021</i>				
Tutti i vini	6,5	1	8	1
Super premium	11,5	4	14	4
Spumanti	11,3	5	14	6

Fonte: Wittver e Anderson, 2020 (su proiezioni IMF)

Osservazioni:

- 1) la riduzione delle quantità domandate avviene **a prezzi decrescenti** (elasticità della domanda <1)
- 2) le variazioni possono essere diverse per aree e prodotti specifici
- 3) Molti osservatori le considerano **ottimistiche!**

Crisi Covid arrivata in un contesto di appesantimento giacenze causata dalla supervendemmia 2018

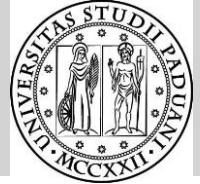
Tentativi delle imprese di compensare chiusura HORECA con *e commerce* e accordi con GDO

In vista della vendemmia 2020

- Iniziative consortili di riduzione rese e richiesta stoccaggi amministrativi
- Azioni pubbliche di supporto



Effetti meno visibili della crisi



- 1. Forti differenze regionali**
- 2. Forti differenze tra le DOP**
- 3. Tendenza alla modifica della distribuzione del valore lungo la filiera a danno dei soggetti a monte**
- 4. Forte penalizzazione aziende più legate HORECA**



Considerazioni finali



1. Performance complessiva dell'Italia relativamente soddisfacente data la situazione
2. Ma effetti molto diversi in relazione a: tipo di azienda, area, denominazione
3. Numerose le aziende duramente colpite, data importanza horeca per parte atomizzata del sistema produttivo
4. Si profila la necessità:
 - *riflessione/revisione norme gestione offerta (art. 39, legge 238/2016)*
 - *Intensificare promozione e miglioramento qualità*
 - *Rinforzare l'approccio strategico delle denominazioni (Piano triennale ai sensi art. 6 D.M. 18 luglio 2018 del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali)*



Grazie per l'attenzione!
eugenio.pomarici@unipd.it