

Forum delle economie: il settore vino è in salute

scritto da Emanuele Fiorio | 6 Maggio 2021



Il Forum delle economie organizzato da UniCredit, in collaborazione con il Consorzio del vino Brunello di Montalcino, ha aperto un confronto tra imprenditori ed esperti sugli scenari economici influenzati dalle conseguenze della pandemia e sulle strategie utili alla crescita del business del comparto vitivinicolo.

Ciò che è emerso è la **capacità del comparto di resistere** agli stravolgimenti dovuti alla pandemia e alla conseguente crisi sanitaria ed economica, **in linea con le analisi già presentate nel recente [report OIV](#)** (aggiornato ad aprile 2021) sullo stato e sui dati evolutivi della vitivinicoltura italiana e mondiale.

Il vino continua a rappresentare l'eccellenza del Made in Italy nel mondo e **le leve strategiche su cui concentrare gli sforzi** nel prossimo futuro saranno:

- e-commerce,

- sostenibilità,
- diversificazione,
- ampliamento dell'offerta di prodotto,
- digitalizzazione,
- internazionalizzazione.

Fabrizio Bindocci (Presidente Consorzio del Vino Brunello di Montalcino) e **Andrea Burchi** (Regional Manager Centro Nord UniCredit) hanno aperto il meeting.

Secondo un recente studio condotto da Unicredit, il settore del vino italiano si è dimostrato resiliente, il **calo del fatturato per il 2020 è stimato tra -10% e -15%, ma è atteso un rimbalzo già da quest'anno e un ritorno a volumi pre-covid nel 2022.**

A riflettere e confrontarsi su queste evidenze sono stati chiamati **Renzo Cotarella**, CEO Marchesi Antinori Spa; **Stefano Cinelli Colombini**, CEO Fattoria Dei Barbi Srl; **Giampiero Bertolini**, CEO Biondi Santi Spa; **Gabriele Mazzi**, CFO E CIO Banfi Srl; **Giacomo Bartolommei**, Owner Azienda Agricola Caprili.

Nel 2019 il comparto ha contribuito al fatturato totale del Food & Beverage nazionale per oltre il 10%, con oltre 13 miliardi di euro.

Interessante il quadro positivo che presenta il presidente del Consorzio del vino Brunello di Montalcino, **Fabrizio Bindocci**: "Durante le crisi si mettono in dubbio antiche certezze e così da più parti si alzano voci sulla necessità di cambiare il i modelli del settore del vino nel nostro Paese. La realtà è che nel passato recente **il vino tricolore ha viaggiato a ritmi molto più alti di tutti i principali competitor, con un export nazionale cresciuto nell'ultimo decennio di circa il 60% e quello toscano di quasi il 70%. Il nostro settore non deve cambiare quanto piuttosto progredire sulla strada intrapresa, abbinando alla qualità produttiva un affinamento delle risorse**

commerciali e comunicative”.

Le dichiarazioni di Bindocci, sono supportate dalle **evidenze dei dati**, il comparto vitivinicolo italiano, nonostante la pandemia, è un settore di eccellenza del Made in Italy grazie a **diversi primati**:

- L'Italia si conferma il **primo Paese produttore di vino** al mondo per volume (52 milioni di ettolitri, +4,1% a/a);
- siamo i **secondi esportatori al mondo in termini di valore dopo la Francia** per circa 6,3 miliardi di euro, con una flessione delle vendite sui mercati esteri molto contenuta rispetto all'anno precedente (-2,2% a/a);
- abbiamo il **più alto numero di vini certificati** (526 di cui 408 DOP e 118 IGP);
- sui **mercati esteri** l'Italia ha fatto meglio dei suoi concorrenti, mantenendo e in alcuni casi **aumentando le quote di mercato**, soprattutto in quei Paesi dove era già leader nell'importazione di vino in tempi pre-Covid19.

Chiaramente “non è tutto oro ciò che luccica”, mentre in termini di consumi di vino la flessione è stata contenuta, **non si può dire altrimenti per quanto riguarda il valore complessivo del giro d'affari**. In Italia, UniCredit ha stimato per il 2020 un calo del fatturato medio tra il 10 e il 15% circa.

Le aziende che avevano nell'Horeca il principale canale di vendita sono state maggiormente colpite, mentre i produttori legati alla GDO hanno nella maggior parte dei casi migliorato fatturato e profitto.

Sono emerse altre evidenze legate al periodo pandemico:

- In generale, i gruppi del **vino di fascia media con prezzo accessibile hanno fatto meglio delle categorie premium**. I preconsuntivi di Pambianco sui leader di settore indica che i primi 10 gruppi di fascia media

sono cresciuti del 3%, mentre i primi 5 di fascia alta hanno registrato una flessione del fatturato del 12%;

- le aziende che hanno **diversificato prodotti, mercati di sbocco e canali distributivi** hanno raggiunto risultati migliori;
 - guardando ai numeri del settore nel 2020, **il contributo più importante alla domanda è arrivato dai consumi delle famiglie**, la cui spesa ha registrato un incremento su base annua del 7%, a fronte dell'1,2% del 2019;
- Durante il forum sono stati approfonditi ed analizzati i nuovi **modelli di business su cui puntare** per ripartire, eccoli in sintesi:

- **Omnicanalità.** La novità di questo periodo di emergenza sanitaria è stata senz'altro l'e-commerce, sottovalutato soprattutto in Italia durante il periodo pre-Covid. Molte imprese hanno avviato un percorso di maggiore equilibrio tra i diversi canali di distribuzione;
- **packaging alternativi.** Aumento della domanda di grandi formati – bag-in-a-box e di lattine;
- **diversificazione e ampliamento della gamma prodotti.** Si sono accentuate alcune tendenze della domanda, come ad esempio il forte orientamento alla salute e la preferenza verso vini naturali, biologici, biodinamici o a basso contenuto alcolico;
- **sostenibilità.** Cambiamenti climatici e preferenze dei consumatori rendono questo tema sempre più centrale;
- **digitalizzazione.** È la tecnologia tramite la quale affrontare il cambiamento;
- **internazionalizzazione.** Si conferma fattore di crescita importante per il settore.