# 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.** É la tecnologia tramite la quale affrontare il cambiamento;
- **internazionalizzazione.** Si conferma fattore di crescita importante per il settore.