

Consuntivo vendemmia Veneto 2019: dati export riconoscibilità e innovazione

scritto da Emanuele Fiorio | 11 Gennaio 2020



Il convegno tenutosi giovedì 9 gennaio 2020 presso la Cantina dei Colli Berici a Lonigo (VI) e promosso da [Veneto Agricoltura](#) in collaborazione con Regione Veneto e [Avepa](#), ha chiuso il trittico degli incontri 2019 dedicati al comparto del vino veneto con la presentazione dei dati consuntivi della vendemmia.

La serie di 3 incontri dedicata al comparto vitivinicolo (Trittico Vitivinicolo) ha analizzato nel giugno 2019 durante il primo incontro lo stato vegetativo e fitosanitario del vigneto veneto alla vigilia dell'estate. Nel secondo incontro ad agosto sono stati presi in considerazione i dati previsionali della vendemmia 2019.

Questo terzo incontro oltre a presentare i dati consuntivi

della vendemmia ha approfondito tematiche relative ad export, scenari geopolitici internazionali, prospettive di crescita nei Paesi terzi, *premiumisation*, sostenibilità, razionalizzazione dei disciplinari, packaging e riconoscibilità dei prodotti.

“Il 2019 ha ristabilito un equilibrio che negli ultimi 2 anni era venuto a mancare, grazie al clima ed alla piovosità la produzione è rimasta costante.” ha esordito l'Assessore all'Agricoltura della Regione Veneto, Giuseppe Pan.

“Ora abbiamo di fronte 3 scenari che dobbiamo tenere monitorati: nuova PAC, Brexit e dazi USA. Tutti i sistemi agricoli andranno verso la sostenibilità economica, sociale e soprattutto ambientale. Tutti i fondi europei e la discussione sia a livello ministeriale che comunitario, vanno in questa direzione.

La filiera vitivinicola dovrà seguire questa traccia perché i fondi saranno indirizzati lì, tenendo presente che negli ultimi 10 anni sono arrivati circa 500 milioni di euro per la sostenibilità ed aumenteranno ancora”.

Come si possono affrontare queste sfide future? Secondo Pan “si affrontano facendo squadra, siamo la prima regione in Italia per produzione, export e superficie vitata. **Dobbiamo fare attenzione ai disciplinari, alla qualità, se manteniamo alto il controllo dei disciplinari possiamo affrontare questi scenari in maniera tranquilla”.**

Luca Furegon di Avepa ha rilevato come **la superficie vitata totale del Veneto (97.347 ha) sia cresciuta rispetto all'anno precedente** di circa 3mila ettari (94.4141 ha). Il trend è in continua crescita e ci stiamo avviando a raggiungere i 100mila ettari.

La provincia più vitata è Treviso (41.351 ha), seguita da Verona (29.697 ha) e Venezia (10.034 ha).

La bacca bianca rappresenta il 75% della superficie vitata ed aumenta ogni anno, grazie alla provincia di Treviso che rappresenta il 90% del totale a bacca bianca. Verona è l'unica

provincia in cui permane un equilibrio, con un 50% circa di bacca rossa.

Cresce la superficie vitata delle varietà principali, Glera (+4,5%), Pinot Grigio (+5,7%), Corvina (+2,5%) e Chardonnay (+8%), lievi flessioni per Garganega (-2,3%), Merlot (-1,2%) e Cabernet Sauvignon (-5,3%).

Le forme di allevamento hanno visto dal 2010 al 2019 un aumento considerevole del sistema Sylvoz (spalliera) con 41.377 ha, mentre è diminuita la Pergola che ha perso circa 5mila ettari di superficie vitata (da 20.571 ha del 2010 a 15.498 ha del 2019).

Il sistema Sylvoz è utilizzato per il 70% a Treviso, l'allevamento a Pergola è utilizzato quasi esclusivamente nella zona di Verona (88%). Anche il sistema Guyot è cresciuto, raddoppiando la superficie di utilizzo dal 2010, soprattutto a Verona e Vicenza.

Furegon infine si concentra sul dato più importante, la produzione.

Il Veneto produce oltre 13 milioni di quintali, la DOC ha la prevalenza con il 68% (quasi 9 milioni di q.li), seguita dall' IGT.

La resa produttiva media per ettaro del 2019 è stata di 147 quintali, inferiore al 2018 (-19,81%), prevalentemente DOC e DOCG bianca.

I vini da tavola e varietali hanno subito una decrescita forte (rispettivamente -76% e -79%), la produzione di qualità è aumentata in percentuale sul totale.

Il vino ottenuto (al 30/11/2019) ha raggiunto i 10.941.775 ettolitri, 2,4 milioni di ettolitri in meno rispetto al 2018.

Nicola Barasciutti della Direzione Agricoltura della Regione Veneto si è concentrato sui risultati della vendemmia per le prime 10 denominazioni di origine (DO).

Il Prosecco continua a dominare la classifica delle prime 10 DO (DOCG, DOC e IGT) regionali, con oltre 4 milioni di quintali di uva raccolta su una superficie di 35.677 ettari,

comunque in calo del -12,41% rispetto al 2018.

I dati relativi alla produzione di uva sanciscono dunque la decrescita di: Prosecco (-12,4%), Conegliano-Valdobbiadene (-24%) Delle Venezie (-30,5%), Valpolicella (-10%) Bardolino (-25,2%), mentre cresce la produzione di Soave (+17,5%), Venezia (+50,4%), Asolo Prosecco (+1,6%), Vicenza (+66,9%), Durello (+33,6%), Arcole (+53,1%).

La maggior parte di uva raccolta nella vendemmia 2018 – circa 13 milioni di quintali – è DOC (8.942.886), 1.433.849 quintali sono DOCG e 2.312.695 IGT. Trasformati in vino, sono stati prodotti 6.877.755 ettolitri di DOP bianco, 968.444 DOP rosso, 1.467.663 IGP Bianco e 932.053 IGP Rosso. I restanti 700mila ettolitri sono stati utilizzati per vino da tavola e varietale.

Antonella Trabuio (ufficio statistica Regione Veneto) è intervenuta sui dati relativi all'export, ribadendo che **l'Italia con 46,6 milioni di ettolitri si conferma il primo produttore al mondo**, all'interno di un quadro generale (263 milioni di ettolitri, -10% sul 2018) che vede tutti i maggiori produttori in calo, tranne il Sudafrica (+9,7%).

Per quanto riguarda il valore, il Veneto nel 2018 ha raggiunto il record di 2,2 miliardi di euro (+3,6% sul 2017) di esportazioni. Piemonte e Toscana insieme non raggiungono la capacità esportativa del Veneto.

Gli USA si rivelano per la prima volta il principale cliente dei vini veneti (+6%), un top importer con 444 milioni di euro. Seguono Regno Unito (+4%) e Germania (+1%).

I paesi che stanno crescendo in volume a doppia cifra sono Sud Africa (+25%), Australia (+22%) e Cile (+15%), in valore Australia (+45%), Francia (+21%) e Italia (+21%). Frenano per quanto riguarda i volumi USA (-14%), Germania (-11%) e Spagna (-8%).

Continua a crescere in valore lo spumante e lo sfuso (bag in box), il vino in bottiglia sta subendo una frenata anche se rimane la tipologia con i volumi e valori maggiori sul totale.

Crescono gli acquisti dell'Australia (+23%), Polonia (+23%), Belgio (+17%), Russia (+11%) calano Giappone (-9%), Danimarca (-6%), Svizzera (-5%) e Cina (-1%).

Lo spumante continua a trainare il mercato, cresce in valore di oltre il 5%, si attesta in media a 4,1€ al litro e rappresenta quasi il 40% dell'export veneto.

L'intervento di chiusura è affidato a Fabio Piccoli, direttore responsabile di Wine Meridian che riprende i condivisibili timori dell'Assessore Pan: "il 14 gennaio il commissario europeo Hogan sarà negli USA per cercare di annullare la minaccia dei dazi di Trump, oggi le barriere doganali sono divenute il nuovo strumento di conflitto, affidarsi alla forza competitiva dell'UE è l'unica cosa plausibile e realistica. Se pensiamo che un singolo paese possa avere le capacità e la forza di difendersi da solo, ci illudiamo".

In questo periodo di reale incertezza è inutile, secondo Piccoli, alimentare timori infondati e cavalcare impulsi negativi non corroborati da dati concreti.

La prospettiva reale è positiva, si basa sul fatto che nel 2007 il valore del mercato del vino a livello mondiale era di circa 142 miliardi di dollari. Nel 2018 ha superato i 192 miliardi di dollari e probabilmente nel 2022 (secondo l'IWSR) si supereranno i 207 miliardi di dollari.

Se guardiamo il consumo di bevande alcoliche a livello globale, il vino rappresenta solo l'11% del mercato, sono presenti vastissime aree in cui c'è ancora molto spazio per il vino. Negli USA il vino rappresenta solo il 15% del totale del consumo di alcool.

Abbiamo già verificato che il mercato UE sta frenando ma visto i dati dei primi 9 mesi del 2019, l'export totale in valore verso i Paesi terzi (2,32 miliardi di euro) molto probabilmente supererà per la prima volta quello verso la Ue (2,29 miliardi di euro) compensando le perdite.

L'ottima progressione dei vini DOP (DOC e DOCG) soprattutto fermi (+13,7 a volume e +8,7 a valore), compensano la

riduzione registrata nel segmento delle IGP che sono calati sia nei vini fermi in bottiglia (-8% a volume e -5% a valore) che negli sfusi (-9% a volume e -13% a valore). Questo trasferimento è dovuto in larga parte al consolidamento sul mercato del Pinot grigio Delle Venezie Dop.

Gli spumanti grazie alla forza trainante del Prosecco (+24% a volume e +18,4% a valore con 743 milioni di euro di introiti) confermano la loro espansione (+8,9% a volume e +5,2% a valore) ma a livello mondiale si stanno chiedendo come riusciremo a valorizzare e a spiegare la segmentazione del Prosecco. Dobbiamo qualificare la territorialità, enfatizzando le origini territoriali.

Ma la novità a livello mondiale riguarda l'aumento dei vini da tavola e varietali (non in Italia) per lo più sfusi. I vini comuni hanno registrato una progressione in volume del 22% (3,6 milioni di ettolitri) accompagnata però da una lieve flessione in valore (-1,1%), dovuta alla decisa riduzione dei listini alla produzione (-27%).

Da questi dati emerge che non esistono più tendenze dominanti, ci sono molte meno pregiudiziali ideologiche, il consumatore oggi è molto più aperto, meno manovrabile, più infedele.

In ogni caso dove c'è evoluzione sociale e culturale il vino cresce, il vino è trendy e testimonia la capacità di chi vive la socialità in maniera evoluta.

Altro fenomeno che proseguirà è il processo di *premiumisation*, **si prevede una diminuzione nel 2020 dei consumi di vino in volume a vantaggio però di un aumento del valore. Si consumerà meno ma con una ricerca maggiore di qualità.**

Piccoli pone all'attenzione della sala il tema fondamentale della sostenibilità: "oggi come mai i consumatori hanno le antenne sempre più alzate. **Sostenibilità e responsabilità saranno sottoposte ad un esame più critico** e se procederemo nella direzione attuale, rischiamo di perdere credibilità e di non capitalizzare al meglio le condizioni favorevoli. **La**

razionalizzazione dei disciplinari – attualmente esistono 19 disciplinari di sostenibilità in Italia – è fondamentale, altrimenti arriveremo a delegittimare un tema che sarà sempre più strategico. Le diversità tra bio, biodinamico e naturale sono sempre meno chiare”.

Altro elemento è la cannabis CBD. Indubbiamente nelle tendenze di consumo dei più giovani influirà notevolmente questa novità, come testimoniano i dati provenienti dagli USA. Nemmeno nel 2020 arriverà l'accettazione generalizzata del vino a base di cannabis, ora possiamo affidarci solo a delle tendenze previsionali, una tendenza impiega dai 3 ai 5 anni per concretizzarsi. Quindi è necessario attendere, monitorare e valutare.

Un altro elemento sul quale Piccoli pone l'accento è il **packaging, sempre più aziende dovranno investire in imballaggi visivamente accattivanti e formati diversi:** “il bag-in-box ha fatto spesso storcere il naso ma sta crescendo notevolmente, il vino in lattina è sempre stato considerato “figlio di un dio minore” ma sta crescendo in maniera impressionante, soprattutto negli USA. **Sarebbe sbagliato fare guerra ideologica a queste soluzioni di packaging, i temi della sostenibilità e del riciclaggio sono legati a queste tipologie di formato”.**

Altro elemento importante: il packaging italiano è noioso. Noi siamo famosi per la creatività e l'arte ed abbiamo la necessità di rinnovarci e rilanciarci.

“Il mondo del vino italiano è composto da aziende che custodiscono gelosamente la propria brand image” ribadisce Piccoli “spesso legata a tradizioni familiari (uno stemma creato dal nonno, ad esempio) e vissuta come una sorta di totem che non può subire modifiche o innovazioni. Spesso è l'amico che si occupa dell'identità grafica, **l'Italia dovrebbe professionalizzare questo aspetto come stanno già facendo Spagna e Francia”.**

La domanda che dobbiamo porci è chi sarà vincente nel prossimo futuro?

Chi riuscirà ad essere più riconoscibile: in termine di struttura produttiva (piccole realtà artigiane), brand (valori legati a storia, famiglia, produttore), prodotto (territorio di produzione, vitigno, stile), processi (biologico, biodinamico) e tecniche produttive (sistemi d'impianto, vinificazione), territorialità. Il Veneto ha fatto la scelta vincente di dare un valore importante alle proprie denominazioni.

Oggi c'è la necessità di dimostrare la propria autenticità e territorialità in maniera evoluta.

La capacità di mettere assieme una denominazione forte con aziende consolidate alla base è fondamentale. Ciò che determina il successo è la quantità di brand aziendali riconosciuti e di valore all'interno di quella denominazione, attraverso un impegno consortile equilibrato.

L'ideologia del piccolo è bello a prescindere è un'idea del passato. Limitarsi a dire "sono un piccolo artigiano" oggi non basta più. Tutto deve essere dimostrabile: "un produttore ad una recente degustazione in Russia a cui ho partecipato, ha detto che utilizzava 16 varietà nel suo vino. Alla domanda su quale fosse il valore aggiunto che ognuna di queste portava, ha iniziato a vacillare ed è stato chiaramente un boomerang comunicativo".

L'autenticità è una chiave trasversale, la credibilità è la vera sfida indispensabile in questo affollamento (146mila nuove etichette registrate negli USA nel 2019).

Questa laicità dei consumatori ci impone più apertura (vedi White Claw), le aziende devono saper attrarre i Millennials e la generazione Z. La sfida di rendersi più interessanti, divulgativi e meno tecnici è fondamentale per i prossimi anni.