

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

FACOLTÀ DI AGRARIA

CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN SCIENZE E TECNOLOGIE ALIMENTARI

DIPARTIMENTO DI AGRONOMIA ANIMALI ALIMENTI RISORSE

NATURALI E AMBIENTE

TESI DI LAUREA

EVOLUZIONE DEL MERCATO INTERNAZIONALE DEL VINO E DELLA
POSIZIONE COMPETITIVA ITALIANA.

Relatore: Prof. Pomarici Eugenio

Laureando: Bontempo Giovanni

ANNO ACCADEMICO 2021-2022

INDICE

Abstract

Introduzione

Capitolo I - Quadro generale del mercato del vino

1.1 Superficie vitata

1.2 Produzione

1.3 Consumo

1.4 Mercato internazionale del vino

1.4.1 Volume del commercio internazionale

1.4.2 Valore del commercio internazionale

1.4.3 Commercio internazionale del vino per categorie commerciali

1.4.4 Principali esportatori europei

1.4.5 Principali esportatori extra europei

1.4.6 Principali importatori mondiali

Capitolo II – Analisi ventennale delle esportazioni italiane per categorie commerciali

2.1 Ruolo e storia dell'Italia nella produzione di vino ed importanza nell'export mondiale

2.2 Categorie commerciali del vino

2.3 Analisi export vino in bottiglia

2.4 Analisi export vino sfuso

2.5 Analisi export vino bag in box

2.6 Analisi export spumanti

Capitolo III – Analisi posizione competitiva italiana nei migliori mercati di importazione mondiale

3.1 Definizione e differenze tra i paesi del Vecchio Mondo e del Nuovo Mondo del vino

3.2 Posizione competitiva italiana nei tre maggiori mercati d'importazione al mondo: Stati Uniti, Regno Unito e Germania

3.3 Posizione competitiva italiana negli altri mercati d'importazione europei: Svizzera, Olanda, Belgio e Danimarca

3.4 Posizione competitiva italiana negli altri mercati d'importazione americani: Canada, Messico e Brasile

3.5 Posizione competitiva italiana nei principali mercati d'importazione asiatici: Cina, Hong Kong, Giappone e Russia

Considerazioni finali

Bibliografia

Siti Internet consultati

ABSTRACT

In questo elaborato si parla dell'evoluzione del mercato vitivinicolo nel corso degli ultimi venti anni, analizzando la crescita della superficie vitata, della produzione di vino del consumo di quest'ultimo e del commercio internazionale del vino analizzando il ruolo dell'Italia all'interno dei principali mercati mondiali. Attraverso il database TradeMap è stata eseguita l'analisi aggregata delle esportazioni di vino italiano confrontando i dati, divisi anno per anno, sia con quelli del primo concorrente mondiale, la Francia, che con i dati del resto del mondo.

Le analisi sono condotte suddividendo il vino nelle categorie commerciali usate per fini doganali: bottiglia, il vino sfuso, le bollicine e il più recente "bag in box". L'altra discriminante usata per rendere l'analisi più accurata è stata la divisione tra il valore in miliardi di euro di vino esportato ed il volume di vino esportato in milioni di ettolitri. Infine, è stata valutata la posizione competitiva italiana nei principali mercati d'importazione del mondo.

L'elaborato ha messo in luce che l'Italia è attualmente il principale paese produttore di vino nel mondo e il secondo nell'export sia per i valori che per i volumi esportati. L'Italia è anche il miglior fornitore dei principali mercati d'importazione al mondo (USA, Regno Unito e Germania). Tuttavia, è la Francia il paese leader nel settore vitivinicolo, grazie alla vendita dei propri vini ad un valore unitario molto superiore rispetto ai concorrenti.

INTRODUZIONE

Il mercato vitivinicolo mondiale, compreso di tutte le fasi della filiera di produzione, è diventato uno dei settori più remunerativi del mercato alimentare di diversi paesi a livello globale, come si vedrà in dettaglio nel corso dell'elaborato. Infatti, la tendenza ha visto negli ultimi anni sempre più paesi che fanno parte del Nuovo Mondo del vino, essere prima produttori, poi consumatori ed esportatori, facendo aumentare i numeri di questo settore. Con “Nuovo Mondo”, si identificano tutti quei paesi che storicamente non sono né produttori né esportatori di vino, tra cui: gli Stati Uniti, l'Australia, l'Argentina, il Cile, la Nuova Zelanda e il Sud Africa. A contrapporsi a questi nuovi mercati ci sono i paesi del Vecchio Mondo, storicamente coinvolti nel mercato vitivinicolo. Questo gruppo è costituito principalmente dai paesi produttori dell'Unione Europea (Pomarici, 2005): al cui interno si trovano Italia, Francia e Spagna, i paesi leader del mercato internazionale del vino.

L'Italia è considerato un paese dall'importante tradizione vitivinicola. Nel corso della storia, infatti, a partire dall'epoca romana, vi sono numerosi ritrovamenti che attestano la produzione già in età antica ed il valore sia alimentare che simbolico di questo alimento. Successivamente l'arte della produzione del vino diventò una pratica ecclesiastica e contadina; date le favorevoli condizioni ambientali della Penisola e la relativa facilità di produzione di uve e vino fece divenire questo prodotto parte delle abitudini alimentari, materia di scambio in mano alle classi contadine socialmente depresse (Pollini et al., 2013) abbassando la qualità media del prodotto. Questo fenomeno si protrasse fino a metà del ventesimo secolo circa, nel quale attraverso una politica di riforme ed aiuti economici al settore, come il DPR 930/1963 il quale introduceva la Tutela delle denominazioni di origine dei vini e dei mosti, si puntò alla valorizzazione delle culture autoctone del nostro territorio per la produzione di vini di fascia alta e non esclusivamente indirizzati all'autosostentamento. Questa politica ha portato l'Italia, nel 2021, ad essere il primo produttore di vino mondiale ed in seconda posizione per quanto riguarda l'export, sia a livello di valore in miliardi di euro di vino esportato sia per quantità in milioni di ettolitri (Mhl) di vino esportato.

Nella prima parte dell'elaborato sarà effettuata una valutazione dettagliata dell'andamento del settore vitivinicolo negli ultimi venti anni, prendendo come tempo di riferimento dal 2002 al 2021. Le categorie che verranno prese in considerazione sono la

superficie vitata, la produzione di vino mondiale, il consumo di vino mondiale e il mercato internazionale del vino. L'analisi è stata realizzata attraverso l'utilizzo dei dati divulgati dall'Organizzazione internazionale della vigna e del vino (OIV) e dai dati divulgati dall'Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare (ISMEA).

Nel secondo e nel terzo capitolo, invece, si parlerà in dettaglio della posizione competitiva italiana, sia relativamente al mercato mondiale, mettendolo in confronto con la posizione della Francia prima, che dal punto di vista della posizione competitiva nei maggiori mercati di importazione dividendoli in sottogruppi in base alla loro importanza o alla loro posizione geografica, poi.

Infine, si vedrà come il settore vitivinicolo abbia risposto alla crisi dovuta al Covid-19 e come si sia effettivamente ripreso nel 2021.

Nonostante la crisi abbia colpito indistintamente tutto il mondo la reazione dei diversi Stati è stata eterogenea dovuta sia alle politiche di restrizione, che hanno più o meno gravato sul canale di distribuzione Ho.Re.Ca, sia in base all'effettiva incidenza del virus all'interno degli Stati prolungando o meno la durata delle restrizioni.

CAPITOLO I

Quadro generale del mercato del vino

1.1 Superficie vitata

La superficie vitata corrisponde alla superficie totale coltivata con viti destinate alla coltivazione di uva per la produzione di vino, uva da tavola e uva passa.

La superficie vitata mondiale, come riportato dalla **Fig. 1**, è di 7,3 milioni di ettari (Mha) nel 2021.

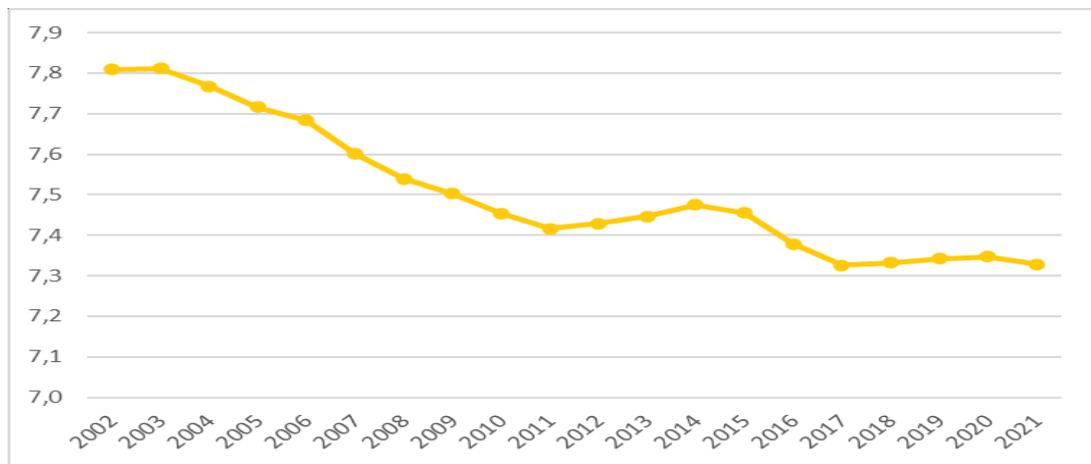


Fig. 1: Andamento superficie vitata mondiale negli ultimi venti anni, in Mha

Nel corso degli anni, come si nota, c'è stata una costante diminuzione della superficie vitata mondiale. Questa diminuzione è dovuta al progressivo diminuire delle superfici vitate europee. Infatti, confrontando i dati del quinquennio 2005-2010, con quello successivo, cioè dal 2015 al 2019, si vede che i paesi europei hanno perso circa 470.000 ettari di terreno (Del Rey et al., 2020).

La perdita di questi ettari di terreno è dovuta a una politica europea finalizzata alla diminuzione dell'offerta di vino. La politica agricola comune, stabilita in Europa nel 1962, prevede infatti una serie di riforme con l'obiettivo di risolvere le principali problematiche legate a preoccupazioni economiche e sociali del settore agricolo e la salvaguardia di produttori e consumatori (Pomarici et al., 2021). La diminuzione dell'offerta tramite la diminuzione della superficie vitata ha il fine di aumentare la qualità del vino, diminuendone la quantità. Questo porta all'aumentare del prezzo medio del vino, voluto dalla PAC.

Dal 2017 la superficie vitata mondiale si è stabilizzata. Questa stabilizzazione è dovuta sia ai vigneti dell'Unione Europea (UE) che sembrano essersi complessivamente stabilizzati negli ultimi anni e si attestano a 3,3 Mha per l'ottavo anno consecutivo grazie al Regolamento 1308/2013 introdotto nel 2016, che ha consentito agli Stati membri dell'UE di autorizzare l'impianto fino a una crescita annua dell'1% del vigneto già piantato (OIV, 2022). Questo Regolamento (1308/2013) va a sostituire il sistema dei diritti di impianto costituito dalla PAC 2007, il quale incentivava anche l'espanto con la finalità, come già visto, di diminuire la quantità di vino in commercio.

Dall'altra parte la stabilizzazione è dovuta grazie al rallentamento della crescita del vigneto cinese.

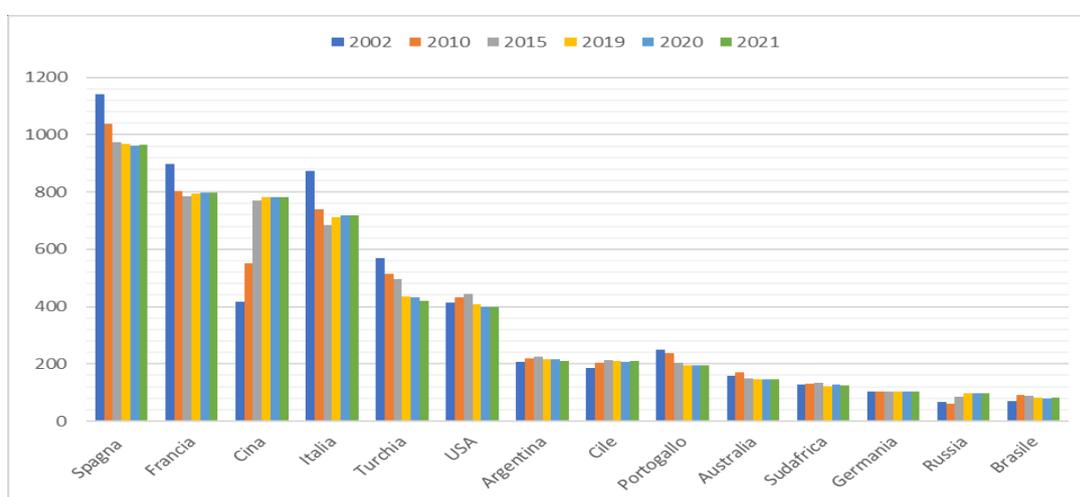


Fig. 2- *Andamento superficie vitata per Paese negli anni, in mha*

Come si vede dalla **Fig. 2**, Spagna, Francia e Italia sono i tre paesi con la superficie vitata maggiore in Europa e tra i primi quattro a livello mondiale. Così, i paesi definiti del Vecchio Mondo del vino, assicurano all'Europa il 45% delle superfici vitate mondiali.

Nel dettaglio: la Spagna si aggiudica il primo posto tra i vigneti di tutto il mondo con 964 mha nel 2021, aumentando dello 0,4% rispetto al 2020.

Segue la Francia, con la seconda superficie vitata al mondo, ha aumentato le dimensioni del suo vigneto (+0,2%) rispetto al 2020 e si attesta a 798 migliaia di ettari (mha).

L'Italia, con 718 mha di superficie vitata, dopo cinque anni di crescita positiva, nel 2021, è in linea con il livello del 2020.

La maggior parte degli altri paesi dell'Unione Europea ha registrato un calo nella superficie dei loro vigneti:

il Portogallo (194 mha, -0,2% / 2020), la Romania (189 mha, -0,7% / 2020), l'Ungheria (64 mha, -1,2% / 2020) mentre la superficie vitata della Germania nel 2021 è rimasta stabile ed è stimata in 103 mha.

Spostandoci al di fuori dell'Unione Europea si trova la Cina, il terzo vigneto più grande del mondo, che ha visto la propria crescita rallentare nel corso degli ultimi anni e nel 2021 si stima essere in linea con il 2020, a 783 mha. Nonostante ciò, è da sottolineare l'aumento esponenziale del vigneto cinese, il quale è quasi raddoppiato nel corso degli ultimi venti anni, passando da 415 mha a 783 mha.

Restando in Asia si trova la Turchia che registra una superficie vitata di 419 mha nel 2021, in calo di 11,6 mha (-2,7%) rispetto al 2020 continuando a ridurre la propria superficie vitata per l'ottavo anno consecutivo, perdendo circa 85 mha dal 2014.

Il vigneto russo, invece, ha aumentato le sue dimensioni per il quarto anno consecutivo, arrivando a 98 mha (+0,8% / 2020) nel 2021.

Negli Stati Uniti, il vigneto è in costante diminuzione dal 2014 a causa della riduzione di superficie vitata per risolvere un problema di eccesso di uva (OIV, 2022). Nel 2021 la superficie vitata si attesta sui 400 mha.

L'emisfero Sud registra una contrazione della superficie dei vigneti:

L'Argentina è in declino dal 2015, raggiungendo 211 mha nel 2021. Si registra una riduzione di 3,7 mha, ovvero dell'-1,7% rispetto al 2020. La contrazione può essere attribuita ad una serie di problemi climatici che hanno colpito le loro principale zone vinicole.

Il Cile, invece, aumenta la sua superficie vitata dell'1% nel 2021 rispetto al 2020 arrivando a 210 mha. Anche il Brasile aumenta le dimensioni del suo vigneto nel 2021, ma solo marginalmente, dello 0,2%, arrivando a 81 mha nel 2021.

Il Sud Africa ha registrato 126 mha, un calo del 2% rispetto al 2020. Dopo aver affrontato una grave siccità tra il 2015 e il 2017, i viticoltori devono affrontare temperature medie più elevate, ondate di caldo più gravi, che fanno continuare il calo delle superfici dei vigneti per il settimo anno consecutivo (OIV, 2022). Il Sudafrica ha perso una superficie di 7,5 mha (-6%) dal 2014.

Si stima che l'Australia rimanga a un livello in linea con il 2020, raggiungendo i 146 kha nel 2021.

1.2 Produzione

La produzione totale di vino, esclusi succhi e mosti, nel 2021 è stimata essere di 260 milioni di ettolitri (Mhl), di circa il 3% inferiore al 2020.

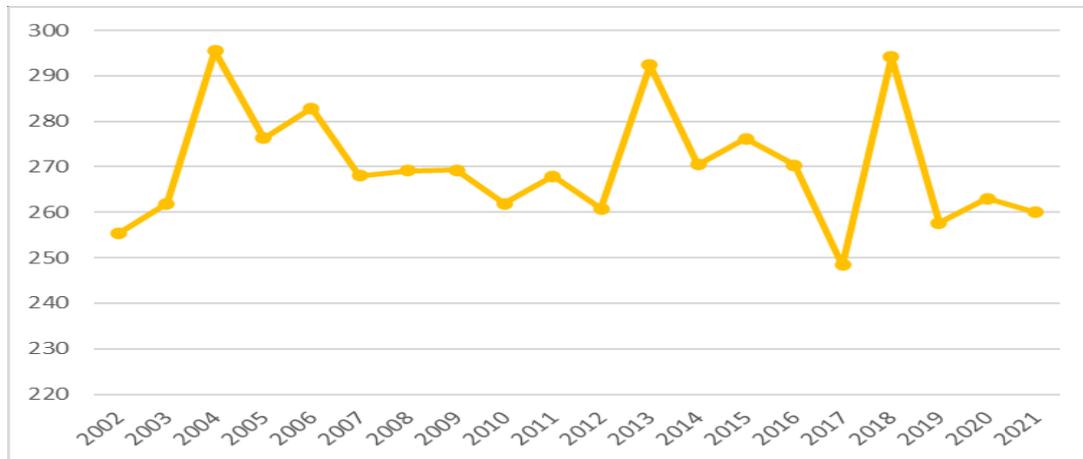


Fig. 3- Andamento produzione mondiale di vino negli ultimi venti anni, in Mhl

Come si può notare dalla **Fig. 3**, la produzione mondiale di vino è estremamente variabile di anno in anno. La variabilità deriva dalle condizioni atmosferiche: gelo, grandine, pioggia e siccità incontrollate possono far aumentare o diminuire il raccolto in maniera non prevedibile. Questo è accentuato quando, come per la Francia nel 2021 (-9 Mhl / 2020), viene colpito uno o più paesi leader nella produzione. La variabilità della produzione è esplicita guardando la produzione nell'anno 2017 e quella nel 2018. Nel 2017 si tocca con 248 mhl la produzione più bassa del ventennio, al di sotto della media di 270 mhl dal 2002 ad oggi. Al contrario, l'anno dopo, a seguito di condizioni climatiche favorevoli si registra il picco della produzione degli ultimi venti anni con 290 mhl.

Infatti con queste grandi variazioni tra i diversi anni è opportuno prendere riferimenti pluriennali. (Del Rey et al., 2020)

Prendendo in considerazione la media di produzione dell'ultimo quinquennio (2017-2021) di 264 mhl, rispetto alla media quinquennio 2002-2007 di 274 mhl, si nota che questa è indiscutibilmente scesa nel corso degli anni. Tale riduzione non è avvenuta per caso, infatti è il risultato del calo di produzione in Europa dovuto agli incentivi dati dall'Unione Europea per la riduzione delle superfici vitate e dal calo del resto del mondo.

Paesi	2020	2021	Var% 2020-2021
Italia	49,1	50,2	2%
Francia	46,7	37,6	-19%
Spagna	40,9	35,3	-14%
USA	22,8	24,1	6%
Australia	10,9	14,2	30%
Cile	10,3	13,4	30%
Argentina	10,8	12,5	16%
Sudafrica	10,4	10,6	2%
Germania	8,4	8,0	-5%
Portogallo	6,4	7,3	14%
Cina	6,6	5,9	-11%
Russia	4,4	4,5	2%
Brasile	2,3	3,6	57%

Tab. 1- Andamento della produzione nel biennio 2020-2021

La **Tab.1** ci illustra l’andamento della produzione mondiale di vino dei principali paesi produttori nell’ultimo biennio. Come si nota, Italia Spagna e Francia sono i più grandi produttori di vino del mondo con un totale di 123 mhl, il 47% della produzione mondiale. Mentre i primi 8 paesi produttori di vino rappresentano il 76% del vino totale prodotto nel 2021.

L’Unione Europea contribuisce con 154 Mhl nel 2021(-8% / 2020), il 59% del totale mondiale, un valore inferiore alla media degli ultimi cinque anni. Questo calo registrato nell’UE può essere spiegato principalmente dalla riduzione dei livelli di produzione di vino in Francia a causa degli episodi di gelo primaverile registrati nell’aprile 2021 (OIV, 2022). La Francia con 37,6 Mhl di vino registra una perdita del 19% rispetto al 2020, 7 Mhl in meno dell’anno precedente e del 14% inferiore alla media degli ultimi cinque anni.

L’Italia si conferma il miglior produttore di vino del mondo e, rispetto a Francia e Spagna entrambe in perdita, finisce l’anno in crescita rispetto al 2020. Con una produzione di 50,2 Mhl l’Italia chiude l’anno con un aumento del 2% rispetto ai 49,1 Mhl dell’anno precedente e chiude con un +3% rispetto alla media degli ultimi 5 anni. Da notare che nonostante le superfici vitate siano diminuite, la produzione riesce ad aumentare anno per anno migliorando la resa di produzione per ettaro dei vigneti.

La produzione in Spagna con 35,3 Mhl è anch’essa inferiore rispetto al 2020. La Spagna ha perso il 14% rispetto all’anno precedente, circa 5 Mhl. Inoltre, il dato del 2021 è inferiore dell’8% alla media degli ultimi cinque anni.

Tutti gli altri paesi produttori europei, tranne Germania e Ungheria, hanno assistito ad un aumento delle proprie produzioni.

Il Portogallo, per esempio, con 7,3 Mhl ha aumentato la produzione del 14% rispetto al 2020, registrando il dato più alto dal 2006.

La Germania, come detto, perde il 5% rispetto al 2020 chiudendo il 2021 con una produzione di 8 Mhl. Il calo è avvenuto a causa delle gelate primaverili in alcune delle sue regioni vinicole.

Nel resto del mondo:

In Cina il livello di produzione di vino nel 2021 è diminuito per il quinto anno consecutivo e si stima che raggiunga un livello di 5,9 Mhl. Questo livello segna una riduzione del 10% rispetto al 2020. È la conseguenza della riduzione della domanda cinese, in aggiunta ai problemi strutturali già esistenti, le difficili condizioni climatiche, i vincoli tecnologici e in generale la bassa produttività del settore. Questo segnale indica che il futuro del settore viticolo cinese potrebbe non essere così favorevole come previsto da molti osservatori internazionali negli anni precedenti.

Negli Stati Uniti la produzione segna 24,1 Mhl superando del 6% quella del 2020. C'è da dire che gli ultimi due anni sono stati segnati da siccità ed incendi, ed hanno tenuto entrambe le annate sotto la media degli ultimi cinque.

La Russia (4,5 Mhl) ha aumentato la sua produzione di vino del 2% rispetto al 2020.

Nell'emisfero australe il 2021 ha fatto assistere un forte aumento rispetto agli altri paesi produttori grazie ad un record di 59 Mhl, +19% rispetto al 2020.

In Sud America, visti i bassi livelli di produzione nel 2020 e le favorevoli condizioni climatiche del 2021 la produzione di vino è cresciuta positivamente:

Il Cile con 13,4 Mhl registra il dato di produzione più alto della sua storia, aumentando del 30% il volume del 2020. Sia l'Argentina (12,5 Mhl, +16%/2020) che il Brasile (3,6 Mhl, +57%/2020) vedono un boom per la loro produzione. Il Brasile registra il dato della produzione più alto dal 2008.

La produzione di vino del Sud Africa nel 2021 è di 10,6 Mhl, un aumento del 2% rispetto al livello del 2020. La produzione media nel 2021 è tornata ai livelli medi registrati prima dell'inizio della siccità nel 2016 che ha comportato un forte impatto sulla produzione viticola del paese per diversi anni.

1.3 Consumo

Il consumo mondiale di vino nel 2021 è stimato essere di 236 Mhl, l'1% in più rispetto al 2020, chiuso con un consumo di vino di 234 Mhl. Il 2020 ha fatto registrare il consumo di vino più basso dal 2002, come si vede dalla **Fig. 4**, a causa delle restrizioni dovute al Covid-19.

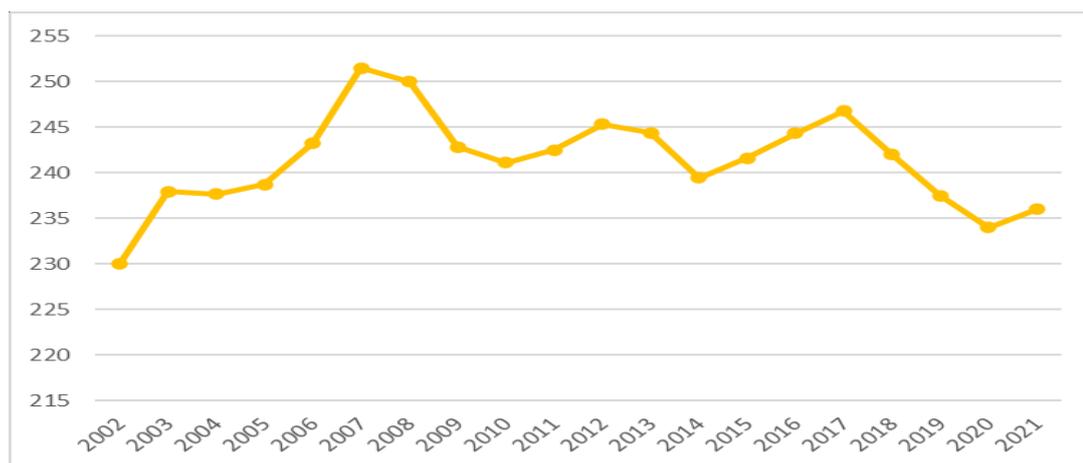


Fig. 4- Andamento consumo mondiale di vino negli ultimi venti anni, in Mhl

Detto ciò, dalla **Fig. 4** si nota che i consumi di vino a livello mondiale sono crollati nel triennio 2017-2020, invertendo la rotta solo nel 2021. La parabola discendente è iniziata a causa della riduzione della domanda interna di vino in Cina, che ha visto scendere il proprio consumo di vino di 5,7 Mhl tra il 2015 e il 2020. Questa tendenza, già di per sé negativa, è stata aumentata dalla crisi Covid-19.

Per combattere il Covid-19, i vari Stati, guidati dalle linee guida dell'OMS hanno introdotto misure di lockdown e successivamente restrizioni alla libertà che, inevitabilmente, hanno influito sul settore della ristorazione, del turismo e in generale del food and drink. Ne ha subito le conseguenze il canale Ho.Re.Ca (Hotel.Restaurant.Cafè). La piccola ripresa del 2021, si può infatti attribuire all'alleggerimento delle restrizioni per combattere il Covid-19 e quindi, al ritorno alla vita pubblica e sociale. Tuttavia, i comportamenti di consumo di vino a livello nazionale sono piuttosto eterogenei tra le aree geografiche (OIV, 2022).

Sempre guardando alla **Fig. 4**, si nota un altro periodo negativo nell'ultimo ventennio. Questo periodo inizia a cavallo tra il 2008 e il 2009 e dura per tutto l'anno successivo, si vedono infatti i segni di ripresa solo nel 2011. Tale flessione coincide con la crisi

mondiale del 2008 che diminuendo la disponibilità economica ha visto come uno dei tanti risultati la diminuzione del consumo di vino.

Il consumo di vino viene calcolato mediante la metodologia del “consumo apparente”. Il consumo apparente di vino è l’ammontare di un determinato prodotto consumato all’interno di un Paese, proveniente da produzione nazionale o da importazioni. Può essere ottenuto come residuo sottraendo la produzione interna esportata dalla somma di produzione interna e produzione estera importata (1). Per questo motivo i dati sul consumo del vino vanno presi con cautela.

Paesi	2002	2010	2015	2019	2020	2021	Var% 2020/2021
USA	22,5	27,4	30,9	33,0	32,9	33,1	1%
Francia	34,8	29,3	26,5	24,7	23,2	25,2	9%
Italia	27,7	23,5	21,4	22,8	24,2	24,2	0%
Germania	20,3	20,2	20,5	19,8	19,8	19,8	0%
Regno Unito	11,2	12,9	12,8	13,0	13,4	13,4	0%
Cina	11,4	15,2	18,1	15,0	12,4	10,5	-15%
Russia	6,4	10,7	9,7	10,0	10,3	10,5	2%
Spagna	14,0	10,9	9,8	10,7	9,6	10,5	9%
Argentina	12,0	9,8	10,3	8,5	9,4	8,4	-11%
Australia	4,0	5,4	5,5	5,8	5,9	5,9	0%
Portogallo	4,7	4,7	4,8	5,4	4,6	4,6	0%
Brasile	3,2	3,7	3,3	3,3	4,1	4,1	0%
Sudafrica	3,9	3,5	4,3	3,9	3,1	4,0	29%
Giappone	2,8	2,6	3,6	3,5	3,5	3,3	-6%

Tab.2- Valori consumo di vino per i principali paesi mondiali e variazioni % degli ultimi due anni, in Mhl

Dalla **Tab.2** si nota come:

-Gli Stati Uniti d’America sono per il quarto anno consecutivo il paese del mondo che consuma la maggior quantità di vino, seguiti da Francia e Italia.

-Come per la produzione e la superficie vitata, pochi paesi contribuiscono alla quasi totalità del consumo di vino. In questo caso i primi 8 paesi (USA, Francia, Italia, Germania e Regno Unito, Cina, Russia e Spagna) rappresentano il 62% del consumo mondiale di vino con 147,2 Mhl su di un totale di 236 Mhl.

-I paesi del Vecchio Mondo non producono il vino esclusivamente per l’export ma anche per il consumo interno, a differenza dei paesi esportatori del Nuovo Mondo (come

Argentina, Australia, Sud Africa) i cui consumi sono molto più contenuti a causa di % di export sulla produzione molto più elevate.

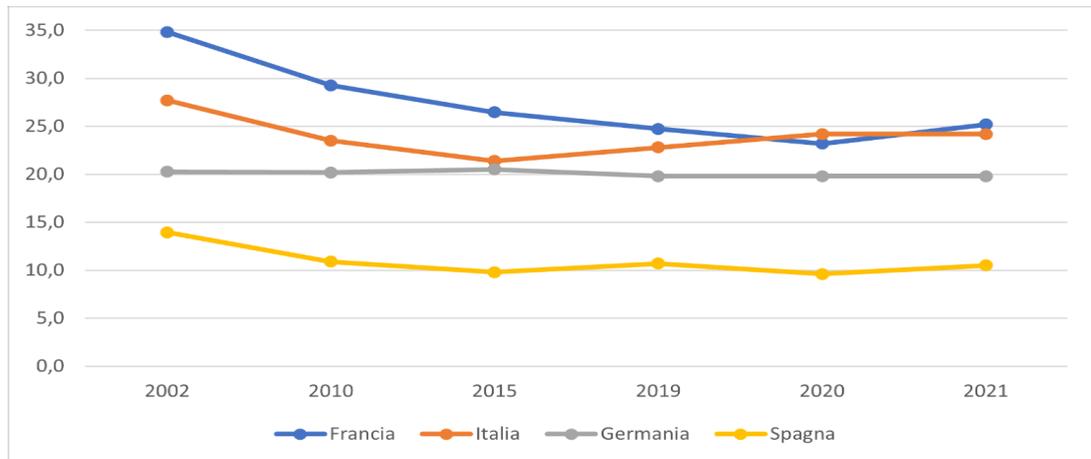


Fig. 5- Andamento consumo di vino negli ultimi venti anni, in Mhl, nei principali paesi dell'Unione Europea

Nel 2021 l'UE, con un consumo di vino stimato in 114 Mhl, rappresenta il 48% del consumo mondiale. Questa cifra è superiore del 3% rispetto al livello stimato nell'anno precedente (110,5 Mhl, uno dei volumi più bassi mai registrati a causa del Covid-19) e riporta il consumo di vino dell'UE alla sua media dell'ultimo decennio. In termini di peso relativo sul consumo mondiale di vino, la quota dell'UE è notevolmente diminuita dal 2002, quando era stimato essere il 67% del totale. Tale diminuzione deriva a causa dell'aumento dei consumi dei mercati del Nuovo Mondo e a causa della riduzione del consumo di vino nei paesi produttori all'interno dell'UE, che oggi in totale consumano circa 20 Mhl in meno rispetto al 2002 (-15%).

La Francia, anche se in netta decrescita da inizio secolo diminuendo di 8,6 Mhl il proprio consumo interno, chiude il 2021 in crescita rispetto al 2020, con 25,2 Mhl, migliorando dell'8,6% il dato dell'anno precedente.

Facendo molto affidamento sul canale Ho.Re.Ca., questo livello, come giustamente anticipato, non è solamente l'8,6% in più rispetto al 2020, ma anche il 2% in più rispetto al livello del 2019.

La Francia è seguita dall'Italia, seconda nella classifica europea e terza in quella mondiale. L'Italia chiude l'anno con 24,2 Mhl di vino consumati, lo stesso dato del 2020 e poco superiore al livello del 2019 (22,8 Mhl di vino consumato).

La Germania mantiene la posizione di terzo paese consumatore all'interno dell'UE (quarto a livello mondiale) registrando un consumo di 19,8 Mhl di vino, in linea con il dato del 2020.

Allentandosi le restrizioni dovute alla crisi sanitaria, la Spagna ha aumentato il proprio consumo di vino nel 2021, raggiungendo i 10,5 Mhl (+9,9% / 2020), un dato in linea con la sua media pre-pandemia.

Allo stesso modo, paesi come la Romania (4,0 Mhl, +4,6% / 2020), Paesi Bassi (3,8 Mhl, +3,4% / 2020), Austria (2,4 Mhl, +2,3% / 2020) e Repubblica Ceca Repubblica (2,3 Mhl, +11,9% / 2020), mostrano un aumento dei loro livelli di consumo di vino nel 2021.

Mentre il Portogallo (4,6 Mhl, -0,6% / 2020), il Belgio (2,5 Mhl, -4,1% / 2020), Grecia (2,2 Mhl, -0,4% / 2020) e Svezia (2,1 Mhl, -0,3% / 2020) sono in calo nei loro livelli di consumo di vino nel 2021, non solo rispetto al 2020 ma anche alla media del loro ultimo quinquennio.

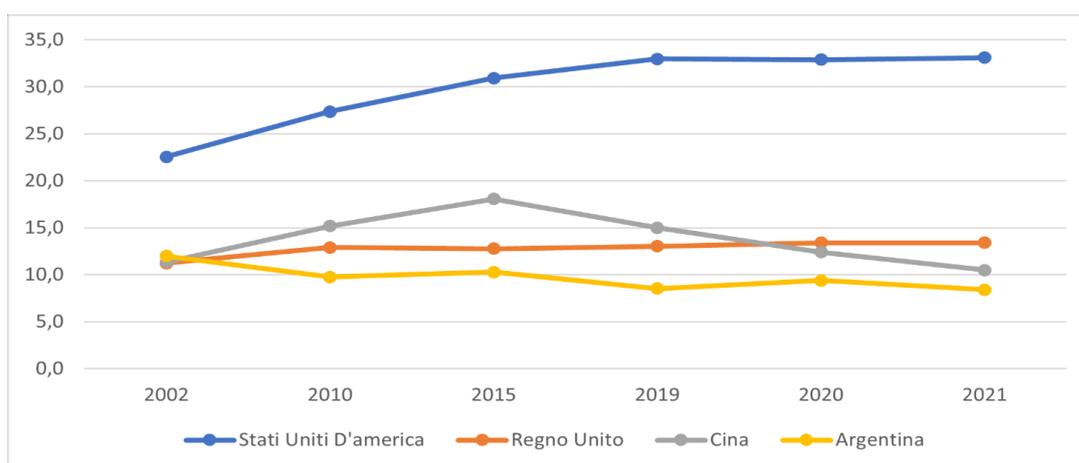


Fig. 6- Andamento consumo di vino negli ultimi venti anni, in Mhl, nei principali paesi fuori dall'Unione Europea

Gli Stati Uniti d'America chiudono il 2021 al primo posto tra i paesi consumatori di vino con 33,1 Mhl, migliorando il dato dell'anno precedente dello 0,6%. L'America si dimostra un mercato resistente, chiudendo la pandemia di Covid-19 senza perdite nonostante tensioni commerciali con alcuni paesi dell'UE e le restrizioni imposte dalla pandemia.

Sempre in Europa, ma fuori dall'UE, il Regno Unito nel 2020 dimostra di essere un mercato resiliente e mostra un consumo di vino nel 2021 stimato in 13,4 Mhl (+3,4%

rispetto alla media degli ultimi cinque anni). Il consumo di vino in Russia è stimato in 10,5 Mhl, con un aumento del 2% rispetto al 2020.

La Cina continua la sua discesa iniziata nel 2017. Con 10,5 Mhl, chiude il 2021 con un valore inferiore del 15% rispetto al 2020. Questo declino ripido riflette il calo della domanda interna dopo un periodo di crescita che ha visto il suo picco nel 2017 con 19,4 Mhl di vino consumato (+67% / 2002). Il calo dei consumi cinesi da allora sta causando un impatto significativo nella discesa verso il basso del consumo mondiale. Il secondo paese in Asia per consumo di vino è il Giappone, che si stima abbia un livello di consumo di vino nel 2021 di 3,3 Mhl (-5,4% / 2020).

In Sud America in tutti i paesi si registrano comportamenti diversi per quanto riguarda i consumi. In Argentina, con 8,4 Mhl nel 2021, il consumo di vino è diminuito dell'11,1% rispetto al 2020, anno che ha visto un aumento dei consumi anche in mezzo alla pandemia di Covid-19. I consumi del vino argentino mostrano una chiara tendenza al ribasso dall'inizio di questo secolo, un declino accentuato dal ridotto potere d'acquisto dei consumatori a causa delle turbolenze economiche e la svalutazione della valuta che deve affrontare il paese. Al contrario, il Brasile, secondo mercato in ordine di grandezza del Sud America, con un livello di 4,1 Mhl nel 2021, ha aumentato i propri consumi dell'1,2% rispetto al 2020, raggiungendo un record dal 2000.

1.4 Mercato internazionale del vino

Il mercato internazionale del vino è definito come l'insieme degli scambi internazionali che possono vedere i paesi del mondo come esportatori o importatori. Il mercato internazionale del vino è in ascesa negli ultimi venti anni a causa della globalizzazione che ha facilitato di gran lunga gli scambi sia all'interno che all'esterno del proprio continente.

1.4.1 Valore del commercio mondiale

Nel 2021 il valore totale delle esportazioni mondiali ammonta a 34,3 miliardi di euro, in netta ripresa rispetto ai 29,8 miliardi di euro dovuti alla pandemia di Covid-19 che ha

enormemente limitato lo spostamento e la richiesta di vino. L'aumento del 15,5% rispetto al 2020 segna un record nel valore delle esportazioni.

In termini di valore, la Francia conferma la sua posizione di primo esportatore mondiale nel 2021 per un valore di 11,1 miliardi di euro. I maggiori incrementi si registrano in Francia (+2,3 mld EURO / 2020), Italia (+786 milioni di euro / 2020) e Spagna (+249 milioni di euro / 2020).

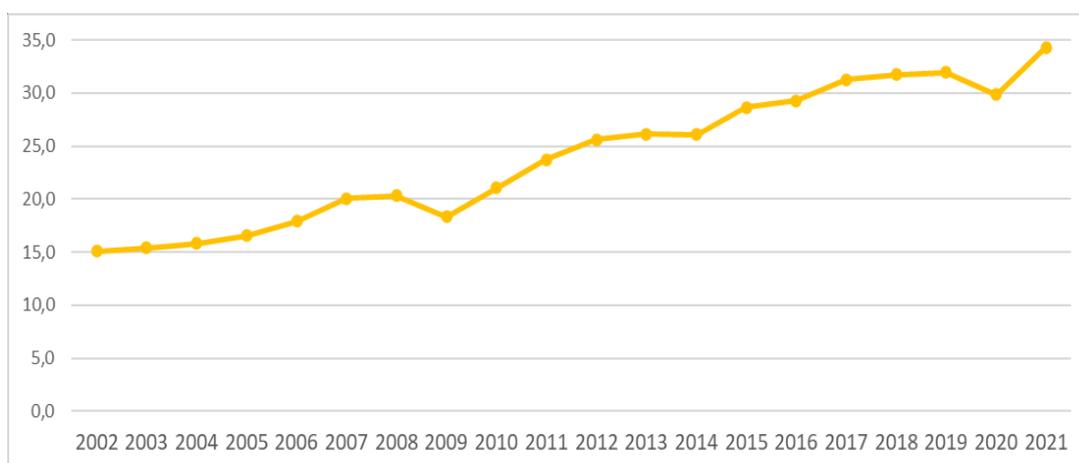


Fig. 7- Andamento export mondiale di vino negli ultimi venti anni per valore, in miliardi di euro.

1.4.2 Volume del commercio mondiale

Anche il volume delle esportazioni è aumentato rispetto al 2020, raggiungendo i 111,6 Mhl, migliorando del 3% i 108 Mhl dell'anno precedente.

In termini di volume, la Spagna, si conferma come primo esportatore di vino al mondo con 23,0 Mhl, contando per il 21% del mercato globale.

L'Italia si posiziona al secondo posto con 22,2 Mhl (+7%/ 2020) seguita dalla Francia con 14,6 Mhl (8%), dal Cile con 8,7 Mhl (+2% / 2020), dall'Australia con 6,3 (-17 / 2020) e dal Sud Africa con 4,8 Mhl (+33% / 2020).

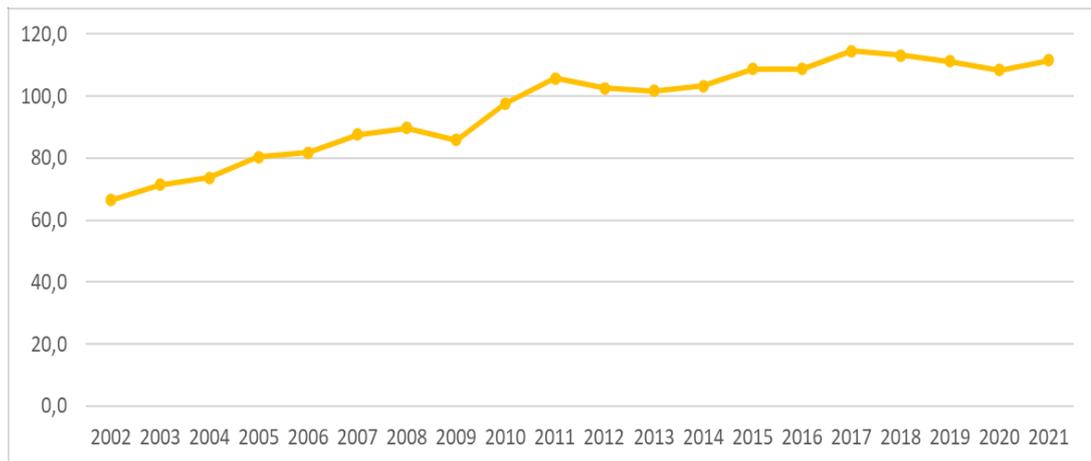


Fig. 8- *Andamento export mondiale di vino negli ultimi venti anni per volume, in Mhl*

1.4.3 Commercio internazionale per categorie commerciali

Ai fini doganali, nella banca dati AIDA - Tariffa doganale d'uso integrata (2), le bevande alcoliche sono contemplate nel **Capitolo 22** - Bevande, Liquidi alcolici ed aceti, articolato in voci a 4 cifre dal 2203 al 2209.

Il codice per i vini è il **2204**, sotto al quale ci sono 5 sottocategorie:

-2204 10: Vini spumanti

-2204 21: in recipienti di capacità inferiore o uguale a 2 litri, chiamati anche vini in bottiglia

-2204 22 in recipienti di capacità superiore a 2 litri ma uguale o inferiore a 10 litri, chiamati anche Bag in Box

-2204 29 in recipienti superiori ai 10 litri, chiamato anche vino sfuso

2204 30 altri mosti di uva

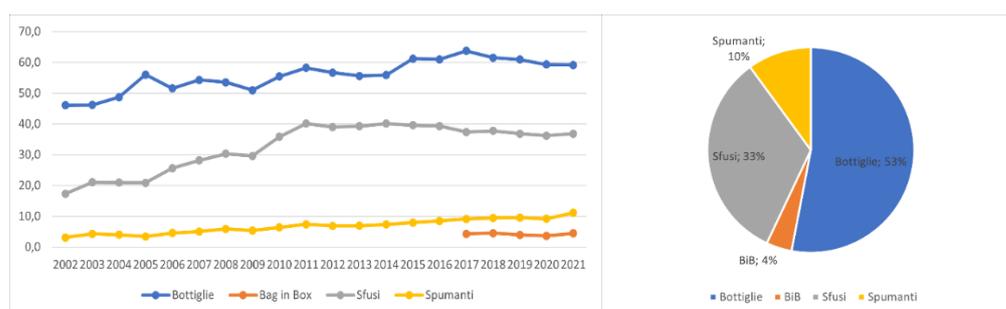


Fig. 9 e 10- Andamento delle esportazioni di vino in volume (Mhl) negli ultimi venti anni per categorie e quote % delle stesse nel totale nel 2021.

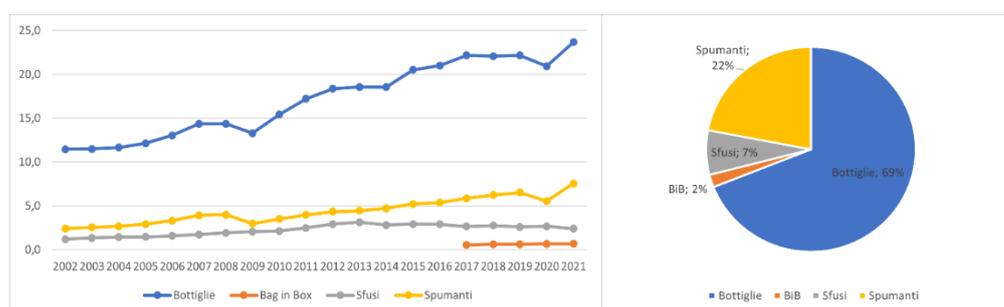


Fig. 11 e 12- Andamento delle esportazioni di vino in valore (miliardi di euro) negli ultimi venti anni per categorie e quote % delle stesse nel totale nel 2021.

-Il vino in bottiglia (< 2 litri) rappresenta il 53% del volume scambiato a livello globale nel 2021 e il 69% in valore, una quota in linea con quello registrato negli ultimi 10 anni per quanto riguardano i volumi, mentre vede un aumento del 53% in valore. Questa

categoria è aumentata del 6% in volume e del 13% in valore rispetto al 2020. Il volume corrisponde a 59,1 Mhl mentre il valore a 23,7 miliardi di euro. Nel 2021, tra i maggiori paesi esportatori, la quota delle esportazioni di vino in bottiglia sono molto elevate in termini di volume in Portogallo (80%), Germania (73%) e Francia (70%) mentre in termini di valore i vini in bottiglia costituiscono le maggiori quote di esportazione in Portogallo (92%), Argentina (91%) e USA (82%).

-Lo spumante rappresenta il 10% delle esportazioni in volume e il 22% delle esportazioni totali in valore, rendendola la seconda categoria in termini di valore dopo il vino fermo in bottiglia. I volumi esportati nel 2021 sono pari a 11,2 Mhl mentre il valore di tale esportazione è 7,5 miliardi di euro. Questa categoria è cresciuta sia in volume (+22%) che in valore (+35%) rispetto al 2020. Questo è dovuto alla riapertura del canale Ho.Re.Ca. ed alla ripresa degli incontri sociali e degli eventi celebrativi. Francia, Italia e Spagna – le cui esportazioni di vino spumante rappresentano il 15%, 23% e 7% del loro volume totale di esportazione e il 35%, 26% e 16% del loro valore totale delle esportazioni di vino del 2021– sono i primi esportatori di spumante.

-Bag-in-Box® (BiB) si riferisce al commercio di vini in contenitori con capacità superiore a 2 litri ma inferiore a 10 litri. I BiB rappresentano una quota del 4% in volume e il 2% in valore del totale delle esportazioni mondiali. La categoria chiude il 2021 con un totale di 4,5 Mhl esportati e 700 milioni di euro in valore. Il BiB, nel 2021, è diminuito dell'8% in volume e dell'1% in valore. Tra i maggiori esportatori di vino, Germania, Portogallo e Sud Africa hanno avuto le quote maggiori di BiB nel totale delle loro esportazioni sia in volume (rispettivamente 15%, 11%, 7%) che in valore (8%, 5%, 8% rispettivamente).

-Le esportazioni di vino sfuso (> 10 litri), la seconda categoria per volume, sono aumentate del 5% in volume rispetto al 2020 ma sono diminuite nel valore delle esportazioni (-5% / 2020). Il volume esportato nel 2021 è pari a 36,8 Mhl mentre il valore non supera i 2,4 miliardi di euro. Tra i principali esportatori la quota delle esportazioni di vino sfuso nel totale delle esportazioni è maggiore in Canada (99%), Spagna (56%) e Australia (55%). Gli esportatori che hanno le quote maggiori nelle esportazioni di vino sfuso in termini di valore nel loro valore totale delle esportazioni sono Canada (68%), Nuova Zelanda (24%), Sud Africa e Australia (entrambi con il 23%). Mentre il vino sfuso rappresenta il 33% delle esportazioni totali di vino, comprende solo il 7% del valore totale di esportazioni di vino a causa del basso prezzo medio cui è venduto.

1.4.4 Principali esportatori europei

Italia, Spagna e Francia rimangono, anche nel 2021, i maggiori paesi esportatori europei e mondiali. Nella **Tab.3** si vede che, nel 2021, i tre paesi insieme hanno esportato 59,9 Mhl di vino in volume (+9% / 2020) rappresentando il 54% degli scambi internazionali, per un valore di 21 miliardi di euro (+19% / 2020) circa il 61% del valore degli scambi. I tre paesi leader del settore hanno dominato il commercio internazionale: la Spagna con 23,0 Mhl, (+14% / 2020), l'Italia 22,2 Mhl, (+7% / 2020), e la Francia 14,6 Mhl (+8% / 2020) chiudono in positivo il 2021 per quanto riguarda i volumi d'esportazione. In valore chiudono l'anno con: 11,1 miliardi di euro (+27% / 2020) per la Francia, 7,1 miliardi di euro (+13% / 2020) per l'Italia e 2,9 miliardi di euro (+10%) per la Spagna.

	Volume (mhl)		Valore (m EUR)		Categoria	Quote % nel 2021		Variazione 2021/2020	
	2020	2021	2020	2021		volume	valore	volume	valore
Spagna	20.2	23.0	2.634	2.883	Bottiglie	34%	65%	7%	9%
					Spumanti	7%	16%	-2%	18%
					BiB	2%	2%	3%	3%
	+ 14.0%		+ 9.5%		Sfuso	56%	17%	22%	4%
Italia	20.7	22.2	6.274	7.060	Bottiglie	58%	69%	6%	10%
					Spumanti	23%	26%	21%	24%
					BiB	2%	1%	-10%	-8%
	+ 7.3%		+ 12.5%		Sfuso	17%	4%	0%	-3%
Francia	13.5	14.6	8.736	11.075	Bottiglie	70%	61%	7%	22%
					Spumanti	15%	35%	33%	40%
					BiB	3%	1%	-2%	10%
	+ 8.0%		+ 26.8%		Sfuso	11%	2%	-6%	-4%
Germania	3.7	3.7	916	991	Bottiglie	73%	79%	1%	7%
					Spumanti	9%	12%	24%	35%
					BiB	15%	8%	-10%	-9%
	+ 0.1%		+ 8.2%		Sfuso	2%	1%	-15%	9%
Portogallo	3.2	3.3	856	924	Bottiglie	80%	92%	3%	8%
					Spumanti	1%	1%	-13%	7%
					BiB	11%	5%	-2%	-2%
	+ 4.1%		+ 8.0%		Sfuso	9%	3%	23%	26%

Tab.3- Andamento degli ultimi due anni dei principali paesi esportatori di vino europei e divisione in quote % delle categorie nel totale del 2021 **Fonte: OIV**

Analizzando le categorie:

-La Spagna si aggiudica il primato nella classifica dei maggiori esportatori al mondo grazie al primato sul vino sfuso, che ammonta a quasi 13 Mhl, il 56% delle esportazioni totali, cresciuto del 22% rispetto al 2020. Il primo posto in valore è invece dato dal vino in bottiglia, che assicura il 65% dei 2,6 miliardi di euro delle esportazioni. Anche questo valore è cresciuto rispetto al 2020 del 9%.

-L'Italia si mantiene al secondo posto sia per quanto riguarda il volume delle esportazioni sia per il loro valore. Il mercato dei vini in bottiglia occupa la maggioranza dell'export italiano, con quote pari al 58% del volume e il 65% del valore totale.

Si nota, invece, lo stallo nell'esportazione di vino sfuso e bag in box, entrambi fermi o addirittura in perdita. Il vino sfuso perde il 3% rispetto al 2020 per valore mentre rimangono stabili le esportazioni in volume che, comunque, rappresentano il 17% del totale. Il BiB chiude con un -10% rispetto al 2020 per valore e con un -6% rispetto al 2020 per volume. Essendo una categoria commerciale nata nel 2017, per distinguersi dallo sfuso (prima era integrata nello sfuso), i valori e volumi di mercato sono ancora relativamente bassi (104 milioni di euro / 0,5 Mhl) e perciò molto variabili di anno in anno.

-Infine, la Francia chiude il 2021 con un grande aumento del valore delle proprie esportazioni arrivando per la prima volta in doppia cifra. La Francia chiude le esportazioni del 2021 con 11,1 miliardi di euro (+27% / 2020) e il +7% in volume. Le bottiglie rappresentano gran parte del loro mercato, il 70% in termini di volume e il 61% in termini di valore.

Come per l'Italia, le quote di Bag in Box, sono molto limitate (3% del volume e 1% del valore), anche se vedono un aumento del 10% per valore. Gli sfusi prendono una quota non trascurabile delle esportazioni francesi in volume anche se in calo rispetto al 2020 (11%, -6% / 2020).

-Discorso a parte per gli spumanti. Infatti, la revoca delle restrizioni legate al Covid-19, con la riapertura dei ristoranti e degli incontri e delle celebrazioni sociali in tutto il mondo, hanno fatto aumentare l'export di spumanti del 33% in volume e del 40% in valore per la Francia, del 21% in volume e del 24% in valore per l'Italia. Solamente la Spagna vede una contrazione dei volumi (-3% / 2020) a fronte però di un aumento dei valori (+18% / 2020).

Gli altri maggiori paesi europei coinvolti nelle esportazioni di vino sono Germania e Portogallo:

-La Germania vede i propri volumi di esportazione nel 2021 in linea con il 2020 (3,7 Mhl) con un aumento in valore del +8,1% raggiungendo i 9,81 miliardi di euro.

Gli spumanti con un aumento del 24% in volume e del 35% in valore sono la categoria commerciale più migliorata in Germania nel 2021. La categoria con la quota più alta è quella delle bottiglie con il 73% delle quote in volume e con il 79% delle quote in valore, anche se quest'ultima non vede grandi variazioni rispetto al 2020 (+1% in quantità e +7% in valore).

-Il Portogallo registra un aumento delle esportazioni del +4% in volume (3,3 mhl) e +8% in valore (924 milioni di euro).

La categoria più migliorata rispetto al 2020 è lo sfuso con un aumento del +23% in quantità e +26% in valore. La categoria con la maggiore quota è quella delle bottiglia con l'80% del volume totale e il 92% del valore totale delle esportazioni.

1.4.5 Principali esportatori extraeuropei

Il panorama extraeuropeo vede un buon numero di paesi esportatori di vino, la maggior parte facenti parte del Nuovo Mondo del vino. I maggiori esportatori sono il Cile, l'Australia, il Sud Africa, l'Argentina, gli Stati Uniti d'America, la Nuova Zelanda e il Canada.

I paesi extra europei chiudono il 2021 con 51,7 Mhl (46% del totale) di vino esportato per un totale di 13,3 miliardi di euro in valore (39% del totale).

	Volume (mhl)		Valore (m EUR)		Categoria	Quote % nel 2021		Variazione 2021/2020	
	2020	2021	2020	2021		volume	valore	volume	valore
Chile	8.5	8.7	1,594	1,664	Bottiglie	56%	81%	1%	5%
					Spumanti	0%	1%	3%	-4%
					BIB	2%	2%	-7%	-6%
	+ 1.9%		+ 4.4%		Sfuso	41%	16%	4%	3%
Australia	7.6	6.3	1,787	1,353	Bottiglie	38%	72%	-25%	-29%
					Spumanti	2%	4%	49%	56%
					BIB	4%	2%	-34%	-38%
	-17.1%		-24.3%		Sfuso	55%	23%	-10%	-10%
Sud Africa	3.6	4.8	534	634	Bottiglie	40%	67%	28%	15%
					Spumanti	1%	4%	32%	36%
					BIB	7%	8%	-20%	-10%
	+ 32.5%		+ 18.6%		Sfuso	52%	23%	49%	37%
Argentina	3.9	3.3	656	700	Bottiglie	69%	91%	5%	9%
					Spumanti	1%	1%	89%	94%
					BIB	0%	8%	233%	149%
	-15.3%		+ 6.7%		Sfuso	29%	7%	-47%	-21%
USA	3.6	3.3	1,152	1,231	Bottiglie	45%	82%	22%	21%
					Spumanti	1%	3%	-13%	-29%
					BIB	3%	2%	24%	32%
	-8.9%		+ 6.8%		Sfuso	50%	13%	-27%	-35%
Nuova Zelanda	2.9	2.8	1,146	1,165	Bottiglie	58%	74%	-3%	6%
					Spumanti	1%	1%	-41%	-29%
					BIB	1%	1%	-7%	17%
	-0.6%		+ 1.7%		Sfuso	41%	24%	-17%	-8%
Canada	1.7	2.1	47	66	Bottiglie	0%	29%	25%	73%
					Spumanti	0%	2%	-44%	0%
					BIB	0%	1%	25%	33%
	+ 25.8%		+ 41.2%		Sfuso	99%	68%	26%	36%

Tab.4- Andamento degli ultimi due anni dei principali paesi esportatori di vino extra-europei e divisione in quote % della categoria nel totale del 2021 **Fonte: OIV**

In Sud America:

-Il Cile con 8,7 Mhl (+2% / 2020) e 1,6 miliardi di euro (+4% / 2020) è il quarto paese al mondo per l'esportazione di vino sia in volume che in valore. Il 98% delle quote in volume è diviso tra le bottiglie con il 56% e lo sfuso con il 41%, mentre per valore queste due categorie si dividono il 97% delle quote, in questo caso le bottiglie si trovano in testa con l'81% del valore e segue lo sfuso con il 16%.

-L'Argentina invece vede una perdita ingente nelle quantità (-15,5% / 2020) però con l'aumento nel valore delle esportazioni (+6,7% / 2020). Questo può essere spiegato poiché nel 2021 c'è stato un cambiamento sui prodotti esportati. La caduta dei volumi è spiegata attraverso la diminuzione delle quote del vino sfuso che perde il 47% mentre l'aumento dei valori è attribuita all'aumento del mercato degli spumanti che aumenta del 94% rispetto al 2020 e delle bottiglie che aumentando del 9% rappresenta il 91% del totale nelle quote in valore.

-L’Australia, a causa dell’aumento delle tariffe cinesi che ha avuto luogo nel 2021, ha diminuito le proprie esportazioni sia in volume (6,3 Mhl, -17% / 2020) che in valore (1,3 miliardi di euro, -24% / 2020). Tolta la categoria degli spumanti (+49% / 2020 in volume, +56% / 2020 in valore) l’Australia vede tutte le altre categorie in perdita rispetto al 2020, soprattutto vede perdere il 25% in volume e il 29% in valore nella categoria delle bottiglie che rappresenta il 38% delle quote in volume e il 72% delle quote in valore totali del paese

-Gli Stati Uniti d’America hanno esportato 3,3 Mhl in volume, con un calo dell’8,9% rispetto al 2020, mentre il valore delle esportazioni (1,2 miliardi di euro) è aumentato del 6,8%. Il vino sfuso, con una quota del 50% delle esportazioni in volume degli USA, registra un segno negativo sia in volume (-27%) che in valore (-35%) rispetto all’anno precedente. Il vino in bottiglia, che rappresenta la quota maggiore in termini di valore (82%), è aumentato del 22% in volume e del 21% in valore.

-Il Canada ha registrato la più alta variazione positiva tra i principali esportatori in volume e la seconda per valore (+25,8 / 2020 in volume, +41,2% / 2020 in valore). Con un livello di 2,1 Mhl in volume, le esportazioni canadesi sono aumentate del 26% rispetto al 2020. La quasi totalità delle quote sono di vino sfuso (99% in volume e 68% di valore), mentre il restante 32% delle quote in valore sono di vino in bottiglia anche se le quote in volume sono minori dell’1%.

Le esportazioni di vino sudafricane vedono una ripresa grazie alla progressiva revoca delle misure di lockdown a causa della pandemia di Covid-19. Il volume delle esportazioni nel 2021 (4,8 Mhl) è aumentato del 33% e del 18,6% in valore (634 milioni di euro). Le categorie dei vini sfusi, in bottiglia e degli spumanti hanno visto un sostanziale recupero, con il 49%, 28% e 32% di aumento in volume e il 37%, 15% e 36% in valore.

1.4.6 Principali importatori di vino

Nel 2021, Germania, Stati Uniti e Regno Unito sono stati i tre paesi che hanno importato più vino sia in volume che in valore. Con 42 Mhl insieme rappresentano il 38% del totale mondiale di vino importato. Il valore equivale a 13,1 miliardi di euro, pari al 38% del totale mondiale.

-Il più grande importatore nel 2021 in volume è la Germania con 14,5 Mhl, in linea con le sue importazioni nel 2020. Si colloca invece al terzo posto in termini di valore per un valore di 2,8 miliardi di euro (+6% / 2020). Il vino sfuso rappresenta la quota più alta nelle importazioni tedesche in volume (56%). Questa categoria è diminuita sia in volume (-1%) che in valore (-9%). Il vino in bottiglia, che rappresenta la categoria più alta in valore (66%) è rimasto in linea con gli anni precedenti in termini di volume ma è aumentato del 7% in valore rispetto al 2020.

-Il secondo importatore più grande del mondo, gli USA, è cresciuto nelle importazioni di vino sia in volume che in valore nel 2021. Con un aumento del 13% in volume, le importazioni di vino USA ammontano a 13,9 Mhl e con un aumento del 21% continua ad assicurarsi il suo primo posto tra i maggiori importatori in valore a 6,2 miliardi di euro. I vini in bottiglia, che rappresentano le più grandi quote sia in volume (53%) che in valore (68%) sono aumentate rispettivamente del 5% e del 15%, riconciliandosi gradualmente dall'impatto delle barriere commerciali sui vini di alcuni paesi europei. I vini spumanti, la seconda categoria per valore, è aumentato del 38% in volume e del 42% in valore.

-Il Regno Unito, con un volume di 13,6 Mhl, si colloca al terzo posto nella classifica dei paesi importatori nel 2021 (-6,7% / 2020). In termini di valore, le importazioni del Regno Unito sono aumentate del 7% raggiungendo i 4,1 miliardi di euro. Queste variazioni di volume e di valore sono indicativi del fatto che i prezzi di importazione dei vini sono aumentati nel Regno Unito relativamente alla Brexit.

-Nel 2021 l'Italia registra un aumento massiccio delle importazioni, sia in volume che in valore. Il volume è aumentato dell'+83%, arrivando a 3 Mhl e a 381 milioni euro in valore, un aumento del 37%. Il Vino sfuso che rappresenta la più grande categoria di importazioni di vino in Italia sia in volume che in valore (89% e 21%) è aumentato dell'83% in volume e del 37% in valore.

CAPITOLO II

Analisi ventennale delle esportazioni italiane per categorie commerciali

2.1 Ruolo e storia dell'Italia nella produzione di vino ed importanza nell'export mondiale

L'Italia, fin dall'antichità è stato un paese produttore e consumatore di vino. I primi ritrovamenti inerenti alla produzione di vino possono essere collocati all'età del bronzo (Pollini et al., 2013) mentre la coltivazione della vite con il fine di produrre vino inizia con gli Etruschi nel IX secolo a.C.

Da qui in poi la pratica della produzione di vino rimarrà sempre insita nella penisola italiana. I romani diedero una forte spinta a questa bevanda, essendo grandi consumatori diedero significati simbolici al vino che diventò parte della loro cultura (appunti prof Cultura e Simbologia del cibo).

Alla soglia della caduta dell'Impero Romano, con l'imperatore Diocleziano, la coltivazione della vite si arrestò e diminuì per un editto che impediva l'innesto dei vigneti. Da quel momento la viticoltura dai campi si trasferì nei castelli, nei conventi e nei monasteri iniziando quella che sarebbe stata chiamata come "viticoltura ecclesiastica e nobile" (Pollini et al., 2013).

Dopo l'avvento dell'anno mille, con la nascita dei Comuni e delle Repubbliche marinare, la viticoltura diventò una pratica borghese e popolare. Questo unito alla facilità della produzione di uva e vino legato alle condizioni climatiche della penisola condurranno questo prodotto a diventare produzione ordinaria, materia di scambio in mano alle classi contadine socialmente depresse con minimi e decadenti scambi commerciali.

La situazione iniziò a cambiare con l'avvento del Regno d'Italia. Nel 1872, uno dei primi Ministri dell'Agricoltura del Regno d'Italia, l'on. Castagnola, nominò un Comitato Ampelografico proprio per verificare lo stato della viticoltura ed enologia nelle diverse province. I risultati furono uniformi e sconsolanti. Cominciava da lì un cammino virtuoso per raggiungere un traguardo bene identificato: rendere i vini italiani degni di affrontare i mercati nazionali e internazionali.

Dopo la fine della Seconda guerra mondiale avvennero importanti e radicali cambiamenti che portarono l'Italia del vino fino al successo dei nostri giorni:

-Un cambiamento importante nella destinazione di vendita del vino, da una quota trascurabile a

circa la metà della produzione esportata.

-Lo spostamento dalla produzione e consumo di vini base ed economici a vini di qualità superiore.

-Un cambiamento nell'organizzazione della filiera del vino, con un aumento importante di “attori” e una crescente integrazione verticale spinta anche dalle politiche europee.

Il vino, tradizionalmente prodotto direttamente dai contadini per l'autoconsumo, era sempre più prodotto in cantine, in cui le cooperative iniziarono a svolgere un ruolo importante. Nel 1950 c'erano 148 cooperative, che producevano il 3% della produzione totale, una quota che era salita al 18% nel 1970, prodotta da 690 cooperative.

Negli anni 60, il consumo di vino iniziò a cambiare: da una fonte di energia incominciava ad essere un bene edonistico. Tuttavia, la maggior parte del vino era acquistato sfuso in piccole botteghe, anche se cominciarono ad apparire alcuni segni di marketing moderno (Folonari lanciò una bottiglia “brandizzata”; Cantine Riunite esportò grandi quantità di “branded” Lambrusco negli USA; apparve il primo Super Tuscan). Il ruolo dell'export, anche se in crescita era di ruolo marginale.

Nel decennio successivo l'export divenne di ruolo centrale, anche grazie all'utilizzo delle denominazioni di origine: vini con origine certificata secondo le leggi italiane, vini DOC (denominazione di origine controllata) e DOCG (denominazione di origine controllata e garantita) di livello più alto diventano sempre più importanti: il numero dei vini certificati raggiunge nel 1985 quota 225, coprendo il 10% della produzione vinicola italiana. L'export calò rapidamente dal 1986 quando scoppiò lo scandalo del vino al metanolo. In questo periodo la produzione crollò, ma si puntò a ridare credibilità al vino italiano, puntando sulla qualità del vino, su tecniche di coltivazione e produzione innovative e sullo sviluppo della tecnologia. (Pomarici et al., 2021)

Dal 2000 l'industria vinicola italiana ha competuto con successo sia sul mercato internazionale che in quello domestico, grazie alla riorganizzazione sia del settore agricolo rurale e delle fasi industriali.

Nonostante la produzione di vino sia ancora diminuita, è proseguito il passaggio da vini di bassa qualità a vini di alta qualità, con la quota di DOP e IGP sulla produzione totale che ha raggiunto il 42,2% e il 24,9%, rispettivamente, entro il 2018. Questo è stato il fattore determinante che permesso all'Italia di diventare la seconda nazione di maggior importanza nel panorama vinicolo mondiale.

2.2 Panoramica esportazioni italiane.

L'Italia, come visto precedentemente, ha alle spalle un lungo percorso come esportatrice di vino.

L'Italia si posiziona al secondo posto nella classifica mondiale degli esportatori sia per quanto riguarda il valore delle esportazioni con 7,1 miliardi di euro, sia per quanto riguarda i volumi con 22,2 Mhl all'anno.

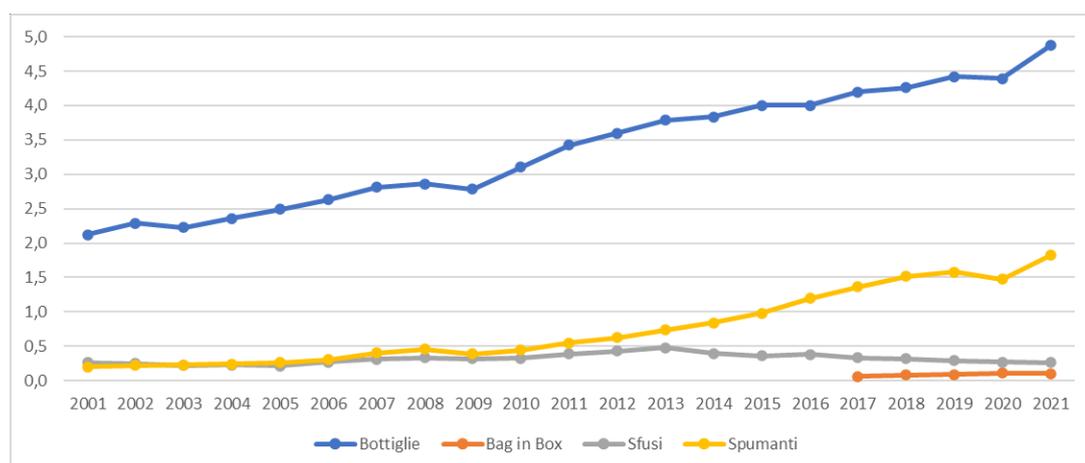


Fig. 13- Andamento esportazioni di vino italiane per valore negli ultimi venti anni, in miliardi di euro

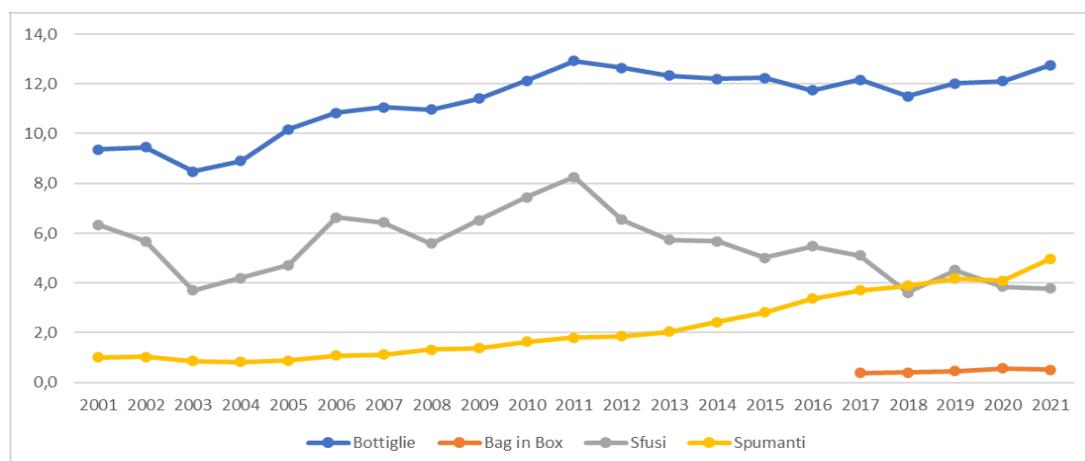


Fig. 14- Andamento esportazioni italiane di vino per volume negli ultimi venti anni, in Mhl

Come si nota dalla **Fig. 13** e dalla **Fig. 14**, che ci mostrano l'andamento negli ultimi venti anni in valore e in volume delle esportazioni italiane divise per categorie, le bottiglie hanno generato la maggior parte del valore e del volume fino a che nel secondo decennio del ventunesimo secolo, con la certificazione a denominazione di origine controllata (DOC) del Prosecco c'è stato un boom delle esportazioni di quest'ultimo, anche grazie all'aumento delle superfici vitate ed alla quasi totale esportazione di questo prodotto. Infatti, l'80% delle bottiglie nel 2021 hanno varcato i confini nazionali verso oltre 150 paesi del mondo (3), per un valore pari a 1,8 miliardi di euro.

Categorie	2002	2010	2017	2021
bottiglie	82%	80%	71%	69%
bib	0%	0%	1%	1%
sfuso	10%	8%	6%	4%
spumanti	8%	11%	23%	26%

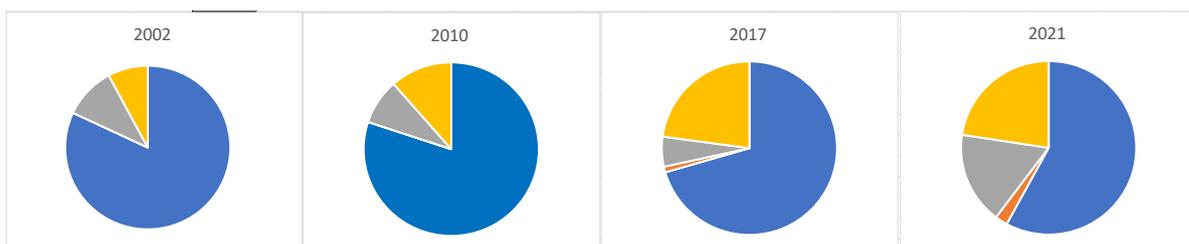


Fig. 15 e 16- Ripartizione del valore delle singole categorie, negli anni 2002-2010-2017-2021, in percentuale sul totale Blu: bottiglie; Giallo: spumanti; Grigio: sfuso; Arancione: BiB

Categorie	2002	2010	2017	2021
bottiglie	58%	57%	57%	58%
BiB	0%	0%	2%	2%
sfusi	35%	35%	24%	17%
spumanti	6%	8%	17%	23%

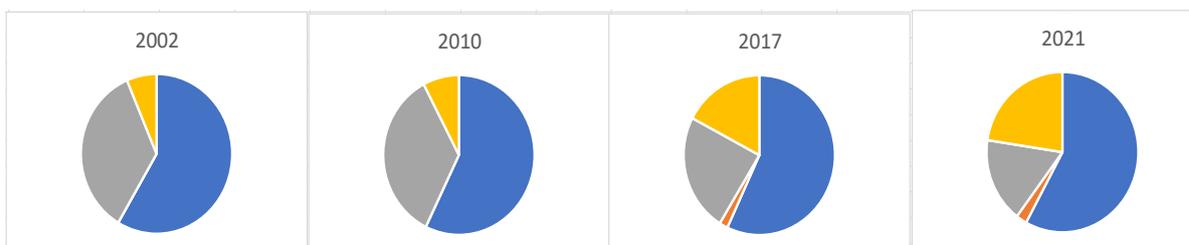


Fig. 17 e 18- Ripartizione dei volumi delle singole categorie, negli anni 2002-2010-2017-2021, in percentuale sul totale Blu: bottiglie; Giallo: spumanti; Grigio: sfuso; Arancione: BiB

Prendendo in riferimento la ripartizione percentuale delle singole categorie sul totale delle esportazioni, si nota come le bottiglie restino al primo posto come categoria esportata perdendo però il 13% in valore nella quota totale delle esportazioni dal 2002 al 2021, passando dall'82% al 69%. Le bottiglie passano da valere 2,3 miliardi di euro su di un totale di 2,8 miliardi nel 2002 a 4,9 miliardi di euro su 7,1 nel 2021. Per quanto riguardano i volumi, le quote sono rimaste stabili nel corso degli ultimi venti anni, pari al 58% delle esportazioni.

Lo spumante passa dall'8% nella quota di esportazioni in valore del 2002 al 26% del 2021 e dal 6% in volume sempre del 2002 al 23% del 2021. Dopo una leggera contrazione in valore nel periodo 2019-2020 (+4% nel 2019; -7% nel 2020) a causa della crisi dovuta al Covid-19, con il ritorno alla vita sociale e la riapertura del canale Ho.Re.Ca., lo spumante ha chiuso il 2021 con un aumento delle esportazioni del 24% in valore e del 22% in volume sorpassando il vino sfuso come seconda categoria d'esportazione per volume per la prima volta nella storia.

Un altro elemento caratterizzante dell'ultimo ventennio è la caduta delle esportazioni italiane di vino sfuso, questa categoria dal 2002 al 2021 ha perso più della metà della quota in termini di volume (-18% / 2002) e lo stesso vale per il valore (-6% / 2002).

Infine, i Bag in Box, categoria commerciale apparsa nelle dogane con il codice 2204 22 nel 2017, ha visto aumentare le proprie esportazioni sia in valore che in volume, passando da 60 a 100 milioni in valore tra il 2017 e il 2021 e da 0,4 a 0,5 mhl in volume. Essendo una categoria giovane, spinta dall'utilizzo di materiali sostenibili e innovativi (4), le previsioni dopo il primo anno di commercializzazione erano ottimistiche, prevedendo un mercato da 1,9 miliardi di euro entro il 2024. Al netto delle previsioni, la frenata del valore delle esportazioni post pandemia (-8% / 2020 in Italia, -1% / 2020 nel mondo) e la stabilizzazione del consumo mondiale di vino sembrano ridimensionare questi numeri.

2.3 Analisi export vino in bottiglia.

Con il termine vino in bottiglia si intende la categoria che comprende tutti i vini di uve fresche, inclusi i vini liquorosi e i mosti d'uva, la cui fermentazione è stata arrestata dall'aggiunta di alcool, in contenitori inferiori o uguali a due litri. (5)

Il vino in bottiglia, che può essere sia bianco che rosso, esclusi gli spumanti, è storicamente la categoria di vino sia più prodotta che più consumata al mondo, nonché

come si vede dalla **Fig. 19**, quella che vede i valori e i volumi maggiori nell'export mondiale. Nel 2021, la categoria conta per il 69% nel valore e nel il 53% nel volume delle esportazioni per un totale di quasi 24 miliardi di euro in valore e 59 Mhl in volume.

Il report ISMEA 2019 (Del Rey et al., 2020) suddivide l'ultimo ventennio in 3 periodi principali, segnati da eventi che hanno condizionato il mercato negli anni a venire per confrontare le crescite in volume e valore. Il primo periodo che suggerisce è compreso dal 2000 al 2007, i primi anni del nuovo millennio in cui il mercato vitivinicolo veniva da un decennio di grande ascesa con brusco arresto nell'anno 1999; il secondo periodo è scandito dalla crisi economica mondiale del 2009 fino al 2015 ed infine dal 2016 alla crisi Covid-19, periodo che si può allungare fino al 2021 per analizzare la ripresa del settore post-Covid.

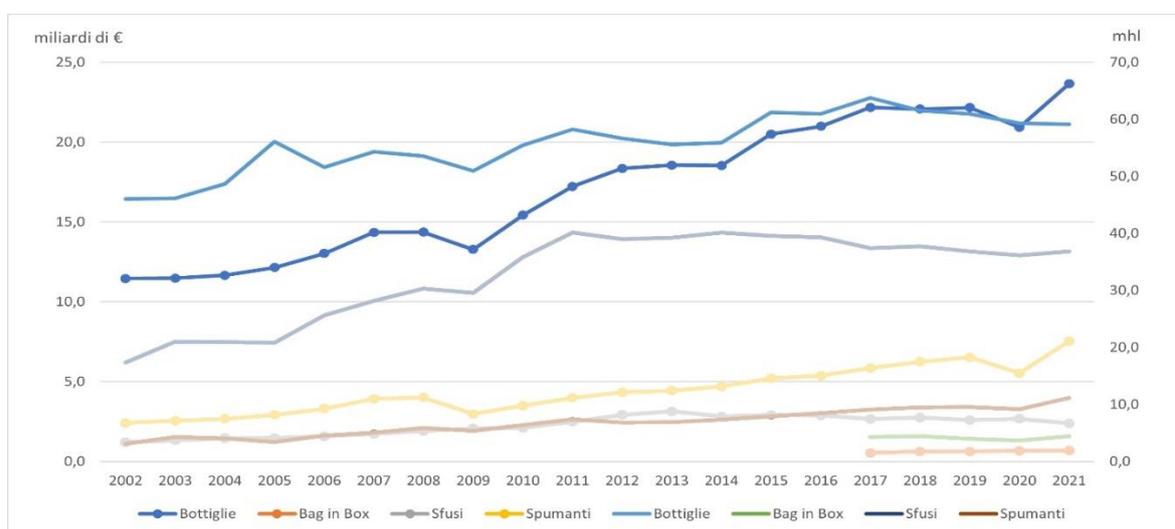


Fig. 19-Andamento in valore e in volume delle esportazioni delle varie categorie commerciali dal 2002 al 2021, in miliardi di euro e in Mhl. Mettendo in evidenza le bottiglie, in blu si vede l'andamento per valore e in celeste l'andamento in volume

Il vino in bottiglia ha visto una crescita costante del proprio valore, partendo dagli 11 miliardi di euro del 2002, è arrivato ai 24 miliardi del 2021, aumentando più del 50% il proprio valore. Se si suddivide l'analisi negli archi temporali sopra riportati si vede come: dal 2002 al 2007 il valore delle esportazioni è aumentato di 2,9 miliardi di euro con una crescita del 5% annuo; dal 2008 al 2015 è aumentato di 5,1 miliardi di euro con una crescita annua sempre del 5% mentre l'ultimo arco temporale che va dal 2016 al 2021 ha visto un aumento del valore di 2,6 miliardi con una crescita annuale del 2%, rallentamento

dovuto al Covid-19 il quale ha fatto perdere nel 2020 1,3 miliardi di euro dalle esportazioni.

L'aumento dei volumi è stato più contenuto, si è passati dai 44 Mhl del 2002 ai 68 Mhl del 2021, con una crescita del 23% totale. Sempre suddividendo la crescita nei tre periodi di tempo, si vede che: dal 2002 al 2007 il volume di esportazione di vino è aumentato di 8,3 Mhl, il 3% annuo; dal 2008 al 2015 i volumi sono aumentati di 7,5 Mhl corrispondente al 2% annuo, infine, nel periodo post 2016 sono aumentati di 2 Mhl, l'1% annuo.

Si nota come in ogni periodo di tempo la crescita in valore sia stata sempre superiore di quella in volume.

L'aumento di valore è quindi dato da un aumento progressivo del prezzo al litro che dal 2002 al 2021 è aumentato da 2,5€/L a 3,7 €/L. Questo ci indica un aumento della qualità del vino in bottiglia e la tendenza ad acquistare vini più costosi. Ci si potrebbe attendere che, nei prossimi anni, non si venderà molto di più, ma sarà sicuramente possibile vendere vini migliori a prezzi più elevati nei mercati disposti a pagare. È questo quello che tutti i modelli previsionali indicano, anche se la crisi Covid ha sicuramente cambiato tutti i parametri su cui dovranno essere rielaborate le stime (Pomarici et al., 2021).



Fig. 20- Aumento mondiale del prezzo al litro del vino in bottiglia dal 2002 al 2021, in euro

2.4. Analisi export vino sfuso

Con vino sfuso si intende il vino di uve fresche, inclusi vini liquorosi, e mosto d'uva la cui fermentazione è stata arrestata per aggiunta di alcol, in contenitori da > 10 l (esclusi gli spumanti) (6). L'Italia è leader del settore nelle esportazioni in volume di vino sfuso insieme alla Spagna. In questa categoria si posiziona al secondo posto con 3,74 Mhl

esportati, una quantità molto simile al volume esportato dalla Spagna, che chiude il 2021 con 3,77 Mhl di vino sfuso esportato.

Al contrario, l'Italia si posiziona solamente al quinto posto nella classifica mondiale per valore delle esportazioni, totalizzando 230 milioni di euro nel 2021.

Per la Francia i risultati dell'esportazione di vino sfuso non sono sicuramente da leader del settore; infatti, chiude il 2021 al livello italiano per valore con 230 milioni di euro però all'ottavo posto per quanto riguardano i volumi esportati con 1,6 Mhl.

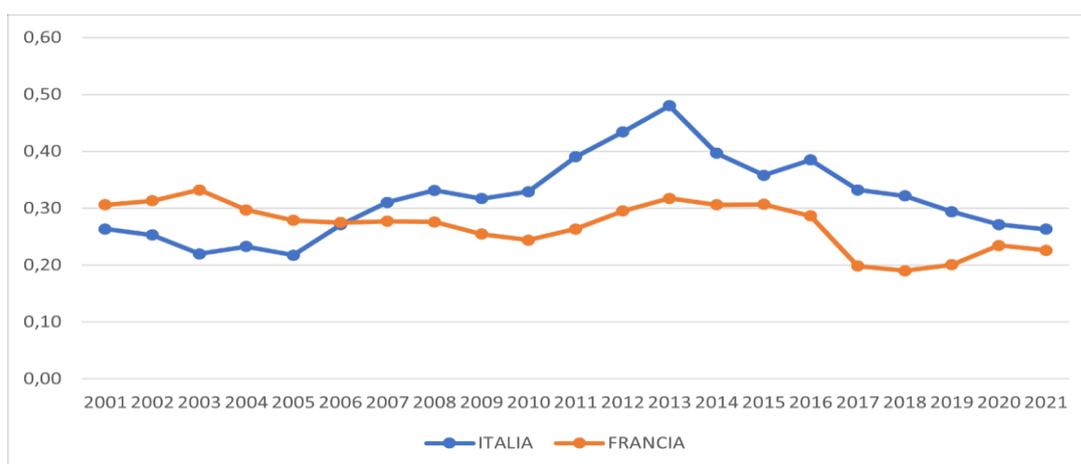


Fig. 21- Confronto delle esportazioni di vino sfuso tra Italia e Francia, in miliardi di euro

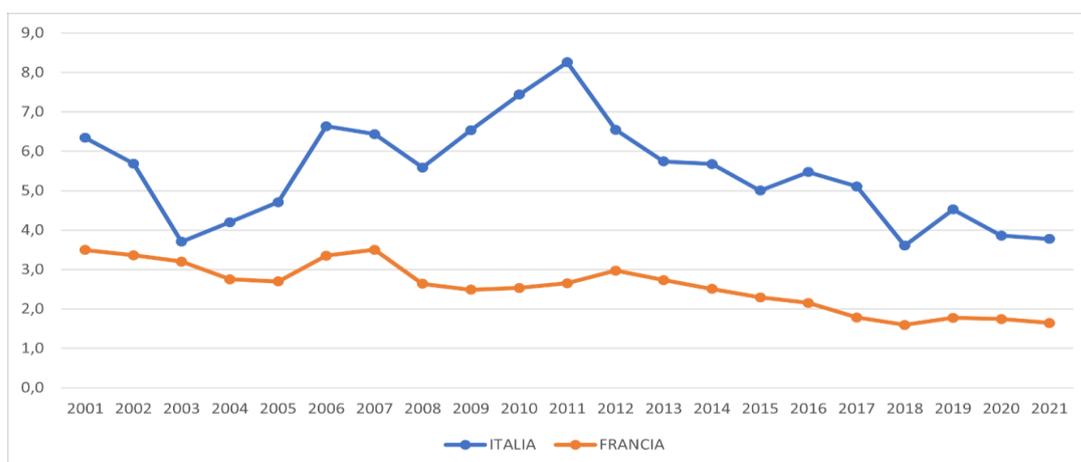


Fig. 22- Confronto delle esportazioni di vino sfuso tra Italia e Francia, in Mhl

Per entrambi i paesi è stato un ventennio negativo per quanto riguarda l'export di vino sfuso, l'Italia ha mantenuto il valore invariato dal 2002 ad oggi (+0% / 2002) con un tasso di crescita annuo dello 0,21%, nonostante un picco di 480 milioni di euro nel 2013 in cui

si erano toccati anche i 0,83 €/L. Peggio la Francia, che non solo non aumenta il valore nell'ultimo ventennio ma lo diminuisce del 26%, perdendo il 2% annuo.

Dati peggiori per quanto riguarda i volumi, con entrambi i paesi in perdita. L'Italia nonostante rimanga al secondo posto nei volumi d'esportazione perde il 40% rispetto al 2002, passando da 6,8 Mhl a 3,8 Mhl perdendo il 2% annuo.

La Francia riesce anche a fare peggio perdendo il 52% da inizio millennio, passando dai 3,5 Mhl del 2002 ai 1,6 Mhl del 2021, una decrescita annuale del 3,5%.

Le cause di questa situazione sono da ricercare nelle strategie del settore vitivinicolo dei due paesi. L'Italia sta diventando un esportatore di vini di qualità di prezzo medio, valorizzando i vini in bottiglia e gli spumanti. La Francia non è mai stata un paese con una posizione forte nel mercato dello sfuso; infatti, da sempre nelle regioni vitivinicole francesi si sono prodotti vino e spumanti di qualità, preferendo l'importazione delle quote di vino sfuso necessarie, al posto della produzione.

Un altro motivo da tenere in considerazione riguardante il calo delle esportazioni di vino sfuso sia per valore che per volume è la creazione della categoria delle Bag in Box nel 2017. Come riportato nella **Fig. 21** e nella **Fig. 22**, tra l'anno 2016 e l'anno 2017 ci sono state delle flessioni importanti poiché fino all'anno precedente i dati dei BiB erano conteggiati nella categoria degli sfusi, essendo prima definiti come vini venduti in confezioni superiori ai due litri. Si possono notare infatti delle perdite importanti in valore per la Francia e in volume per l'Italia, in linea con i prezzi medi d'esportazione dei due paesi. L'Italia a causa del proprio prezzo medio più basso, 0,7 €/L, ha visto a fronte di un calo importante della produzione una perdita in valore più contenuta. Al contrario per la Francia, che nonostante un calo relativo delle quantità ha visto perdere molto in termini di valore essendo il proprio vino venduto a 1,3 €/L.

Infine, nella **Fig. 23**, si vede il prezzo al litro per i vini sfusi venduti dall'Italia, dalla Francia e la media mondiale.

Come si può vedere, la situazione è simile per quanto visto con la categoria delle bottiglie. Si vede che il prezzo medio a cui è venduto il vino sfuso italiano (0,60 €/L la media dal 2002 al 2021) è in linea con la media mondiale nel 2021, mentre precedentemente, a parte due picchi, nel 2013 e nel 2018, il prezzo è stato sempre al di sotto della media mondiale (0,69 €/L la media dal 2002 al 2021) anche se in aumento rispetto al primo decennio quando la media era di 0,49 €/L. La Francia ha una situazione

contraria, con il prezzo medio del proprio sfuso che è venduto molto al di sopra della media mondiale (1,09 €/L la media dal 2002 al 2021).

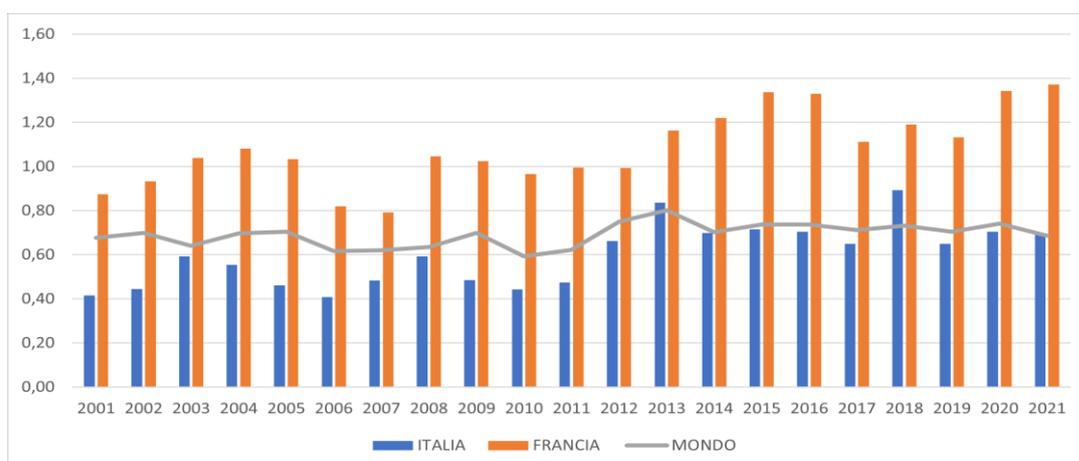


Fig. 23- Confronto prezzo medio in euro di vino sfuso tra Italia, Francia e mondo

2.5 Analisi export spumanti

I vini spumanti hanno la caratteristica di avere una certa quantità di anidride carbonica disciolta, dovuta ad una seconda fermentazione, attuata grazie al rimbocco di zuccheri e talvolta lieviti, ed una sovrappressione non inferiore ai 3 bar per gli spumanti generici e 3,5 bar per gli spumanti di qualità.

La classificazione degli spumanti varia in base al contenuto zuccherino e alla metodologia della ri-fermentazione. I due metodi che differenziano gli spumanti per il tipo di ri-fermentazione sono il metodo Classico o Champenoise e il metodo Martinotti o Charmat.

La differenza tra i due metodi è il luogo della ri-fermentazione: nel primo caso avviene direttamente in bottiglia mentre nel secondo avviene in autoclave. I vitigni usati per il metodo classico sono tre, sia a bacca bianca che a bacca nera: Chardonnay, il Pinot nero e il Pinot bianco, oltre al Pinot Meunier, il Pinot grigio e il Riesling.

Nel metodo Martinotti si preferiscono uve aromatiche (Moscato bianco, Malvasia e Brachetto sono le principali); oppure si possono usare altri vitigni con profumi più sfumati come il moscato giallo, la Glera (da cui si ottiene il Prosecco) e l'Aleatico nero (uve semi aromatiche). I tre principali vitigni in Italia per produrre spumante Martinotti sono: Glera (Veneto e Friuli-Venezia Giulia), Lambrusco (Emilia-Romagna) e Moscato bianco (tutta Italia). Ancor più che del

metodo classico, con la spumantizzazione Charmat si può elaborare un vino base ottenuto da qualsiasi varietà.

La classificazione per grado zuccherino distingue gli spumanti in categorie:

- Pas dosé o Dosaggio zero < 3 g/L
- Extra brut \leq 6 g/L
- Brut < 12 g/L
- Extra dry 12-17 g/L
- Dry o Sec 17-32 g/L
- Demi sec 32-50 g/L
- Dolce > 50 g/L

La categoria degli spumanti negli ultimi venti anni è diventata sempre più importante per i paesi di tutto il mondo; infatti, una volta che ne è aumentata la domanda sono cresciuti anche i paesi produttori ed esportatori. La domanda è cresciuta grazie alla globalizzazione e all'aumento del consumo di vino in tutte le parti del mondo, e grazie all'introduzione di spumanti dal prezzo medio inferiore allo Champagne francese difficilmente alla portata di tutti, come gli spumanti da Glera a denominazione (Prosecco DOC, Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG e Asolo Prosecco DOCG) in Italia o Cava in Spagna. Sfruttando questa tendenza, dal 2009 l'Italia ha puntato sulla produzione del Prosecco DOC, aumentando prima le superfici vitate nelle regioni di produzione (Veneto e Friuli-Venezia Giulia) e poi lanciando una campagna di valorizzazione del prodotto che ha fatto diventare il Prosecco un fenomeno mondiale.

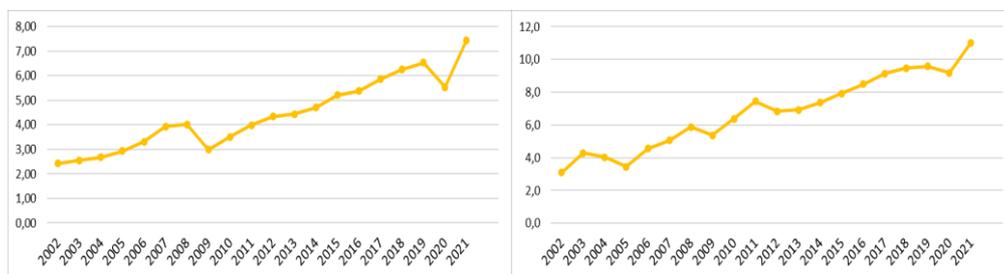


Fig. 24 e 25- Andamento per valore e volume dell'export internazionale di spumanti, per miliardi di euro e Mhl

Come mostrato in Fig. 24 e in Fig. 25, sia il valore che il volume delle esportazioni mondiali è aumentato a dismisura. Si vedono però due flessioni provenienti dagli stessi

anni, il 2008 e il 2009, e tra il 2019 e il 2020, in concomitanza con le due grandi crisi del ventunesimo secolo.

Il valore dell'export di spumante è aumentato in termini assoluti del 243% dal 2002, passando dai 2,17 miliardi di euro esportati nel 2002 ai 7,45 miliardi di euro del 2021 con una crescita annua del 6%.

I volumi d'esportazione sono in linea con quelli in valore, con una crescita assoluta del 256%, dai 3,1 Mhl del 2002 ai 11 Mhl del 2021.

Come detto, gli unici due anni che hanno visto una flessione nel mercato sono stati quelli segnati dalle crisi mondiali. Si può vedere come si comporta il mercato in queste situazioni; infatti, le perdite in confronto tra valore e volumi non sono state equivalenti. Per esempio, nel 2008 a livello mondiale c'è stata una contrazione dell'export di spumanti dell'8% in volume e del 26% in valore, questi dati possono essere spiegati dallo stop dei consumi di spumanti premium dal costo elevato che ha conseguito un netto abbassamento dei valori. Questo ha però permesso l'ingresso nel mercato internazionale degli spumanti di media-bassa fascia, come per esempio il Prosecco, determinando un calo dei volumi più contenuti (OIV, 2022). Stessa cosa verificatasi nel 2020, solamente che il motivo per cui ci sono state le contrazioni dei valori e volumi sono stati i lockdown e la sospensione degli eventi sociali in tutto il mondo, la chiusura del canale Ho.Re.Ca. e le altre restrizioni dovute alla crisi sanitaria. In questo caso, in termini di volume si è perso il 4% dell'export mentre in termini di valore il 15%.

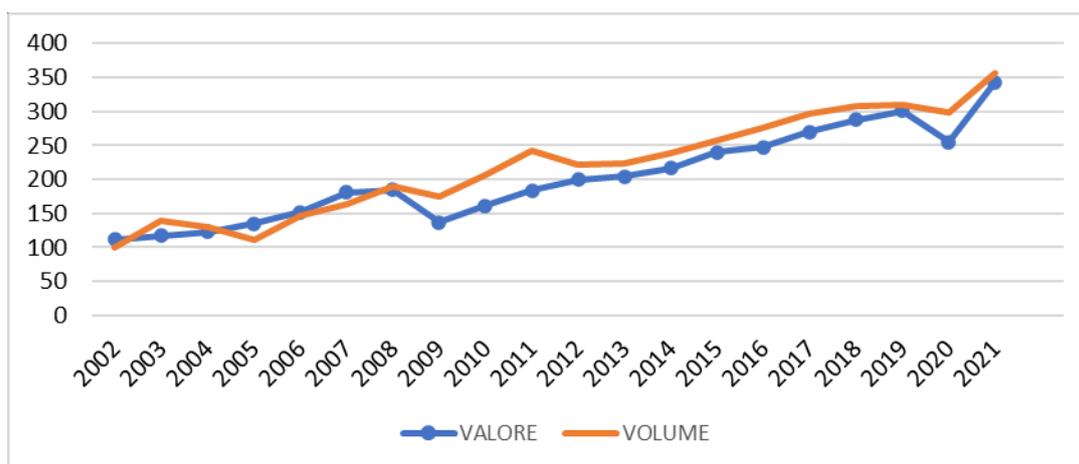


Fig. 26- Andamento in valore e in volume delle esportazioni mondiali di spumante, attraverso numeri indice con 2002=100

In questa situazione Italia e Francia sono i leader mondiale per quanto riguarda l'esportazione. L'Italia dopo aver puntato su questa categoria di prodotto si trova da dieci anni al primo posto come esportatore in volume, con 5 Mhl esportati nel 2021. Per quanto riguarda il valore, nonostante l'Italia abbia aumentato le proprie esportazioni del 732% dal 2002 al 2021, passando da 200 milioni di euro a 1,8 miliardi di euro, segue ancora la Francia che domina la categoria con 3,91 miliardi di euro esportati nel 2021.

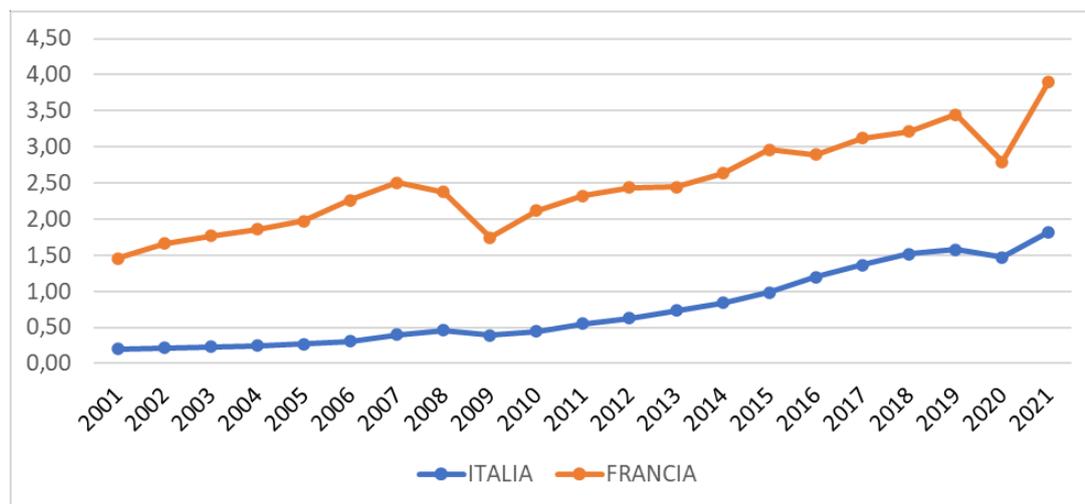


Fig. 27- Confronto delle esportazioni di spumanti tra Italia e Francia, in miliardi di euro

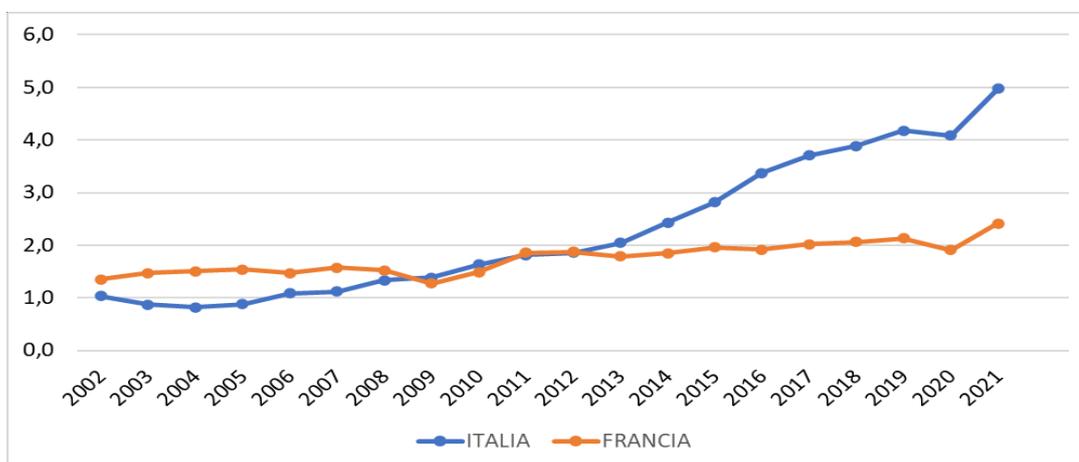


Fig. 28- Confronto delle esportazioni di spumanti tra Italia e Francia, in Mhl

Con 5 Mhl esportati nel 2021, l'Italia rappresenta il 45% del mercato internazionale d'esportazione degli spumanti. Dal 2002 ha registrato un aumento del 9% medio annuo. Dietro questo boom si trova il Prosecco che rappresenta l'80% della quota totale di spumanti d'esportazione, in crescita del 30% rispetto al 2020. I principali paesi

d'importazione sono il Regno Unito (+6% / 2020), gli Stati Uniti (+44% / 2020) e la Germania (+9% / 2020). In termini di valori, le esportazioni nel 2021 valgono 1,8 miliardi di euro, il 25% delle quote mondiali.

La Francia resta il caposaldo dell'export di spumanti grazie allo Champagne. Nel 2021 lo Champagne ha rappresentato il 10% della quota d'esportazione in volume e il 33% in valore, registrando un valore di 3,5 miliardi di euro migliorando il record del 2020 del 42%. Questo miglioramento è stato definito come una "spesa di rivalsa" dopo i periodi di restrizione del Covid-19 che avevano fatto registrare una perdita del 19% in valore e del 10% in volume degli spumanti francesi. La grande flessione è dovuta al grande prezzo delle bottiglie, usate per lo più in occasioni sociali o cerimonie, esportate nel 2021 con un prezzo medio di 16,2 €/L, un aumento dell'11% rispetto al 2020 e in aumento rispetto alla media degli ultimi venti anni. La causa dell'aumento di prezzo può essere condotta alla scarsa vendemmia 2021 che a causa delle condizioni metereologiche estreme è stata inferiore del 60% rispetto al 2020, ed è stata la più bassa degli ultimi 40 anni. (7) Nonostante ciò, la domanda che ha quasi eguagliato l'offerta ha confermato, dopo un 2020 di incertezza dovuto alla pandemia, che lo Champagne resta al primo posto tra gli spumanti.

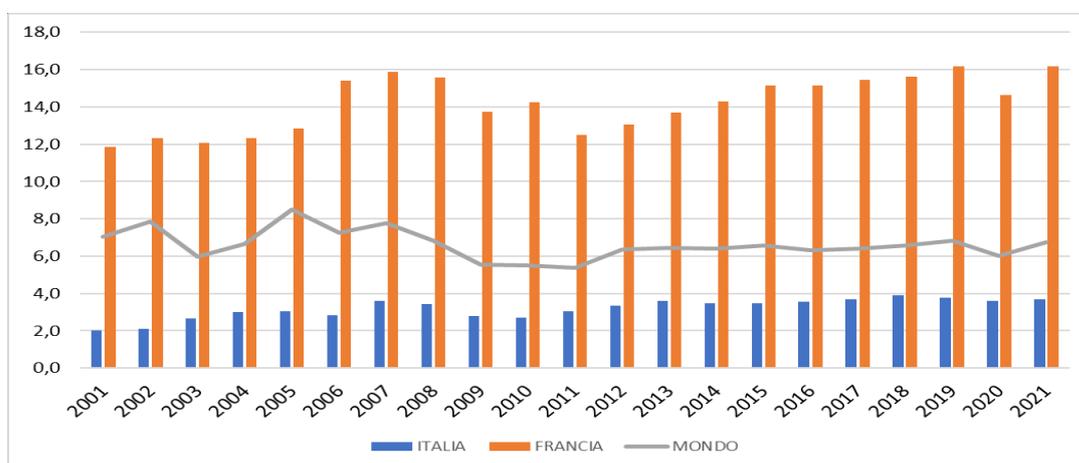


Fig. 29- Confronto prezzo medio in euro degli spumanti tra Italia, Francia e mondo

Dalla **Fig. 29** si capisce bene la strategia di mercato dei due paesi, per l'Italia lo spumante rientra nella fascia di prezzo medio-bassa e vede un prezzo molto competitivo, che nonostante si stia alzando negli ultimi anni è ancora molto lontano dai prezzi a cui è venduto lo spumante francese ma anche lontano rispetto alla media prezzo mondiale che si attesta, nel 2021, a 6,8 €/L. Il vincolo del prezzo è anche un elemento limitante per il

mercato italiano, poiché è difficile valorizzare i prodotti discostandoli dai prezzi cui solitamente i paesi sono abituati comprarli.

2.6 Analisi export Bag in Box

Con la categoria Bag in Box (BiB) si considera vino di uve fresche, inclusi vini liquorosi e mosto d'uva la cui fermentazione è stata arrestata dall'aggiunta di alcol, in contenitori da > 2 L ma <= 10 L (esclusi gli spumanti) (8). Il nome Bag in Box deriva dall'idea innovativa di utilizzare un packaging adatto alla conservazione del prodotto ed al suo trasporto. La confezione è formata da una sacca in polietilene (Bag) interna adibita alla conservazione del vino. Infatti, il polietilene essendo un materiale isolante non permette all'ossigeno di arrivare a contatto col vino aumentando la consumabilità del prodotto di settimane se non mesi rispetto alla controparte in bottiglia. All'esterno del Bag si trova una scatola in cartone (Box), adibita a proteggere la sacca interna da urti e a facilitarne il trasporto. Esternamente alla sacca si trova il rubinetto che fuoriesce dal contenitore attraverso un'apposita apertura e regola la miscela del vino evitando il contatto diretto con l'aria esterna. In questo modo si elimina il rischio di ossidazione del prodotto e se ne aumenta il periodo di conservazione, oltre che la qualità.

La confezione BiB è in commercio dal 1965, inizialmente senza rubinetto ed usato per lo più da produttori che volevano vendere vino in grandi quantità. Da quel momento, con il passare del tempo, e delle modifiche al packaging come l'introduzione del rubinetto, anche aziende produttrici di vino di qualità sono entrate nel mercato del BiB tanto che nel 2017 è stata appunto creata una categoria commerciale per le esportazioni, dal codice 2204 22. Le confezioni di BiB sono vendute solitamente con formati da 3 L, 5 L e 10 L.

Nel 2021 le esportazioni di BiB nel mondo sono pari a 665 milioni di EURO risultato in linea con il 2020 per un volume di 3,94 Mhl chiudendo l'anno migliorando dell'8% rispetto al 2020.

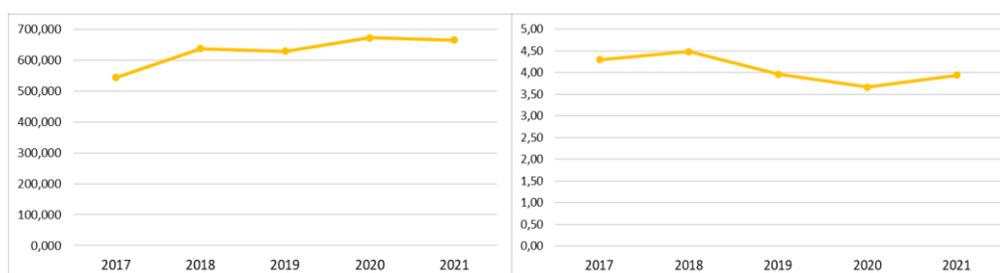


Fig. 30 e 31- Andamento per valore e volume dell'export internazionale di BiB, per milioni di euro e in Mhl

Essendo una categoria giovane, introdotta solamente nel 2017, e nel pieno del proprio percorso di crescita, il mercato dei BiB è supportato da aziende di qualità e da sempre più consumatori, la crescita dal punto di vista del valore è del 5% annuo. Aumentando la qualità del prodotto però si vede il fenomeno contrario; quindi, un aumento del prezzo medio e una diminuzione delle quantità esportate, che decrescono fin ora del 2% annuo. Dal 2017 al 2021, il prezzo medio è infatti passato da 1,3 €/L a 1,7 €/L, mentre le quantità esportate sono diminuite di 0,3 Mhl.

Per quanto riguarda Italia e Francia, i due paesi sono rispettivamente al secondo e al primo posto per il valore delle esportazioni. Li seguono Germania, Spagna e Portogallo; stabilendo un'egemonia europea con i primi cinque paesi esportatori che coprono il 63% delle quote totali del 2021.

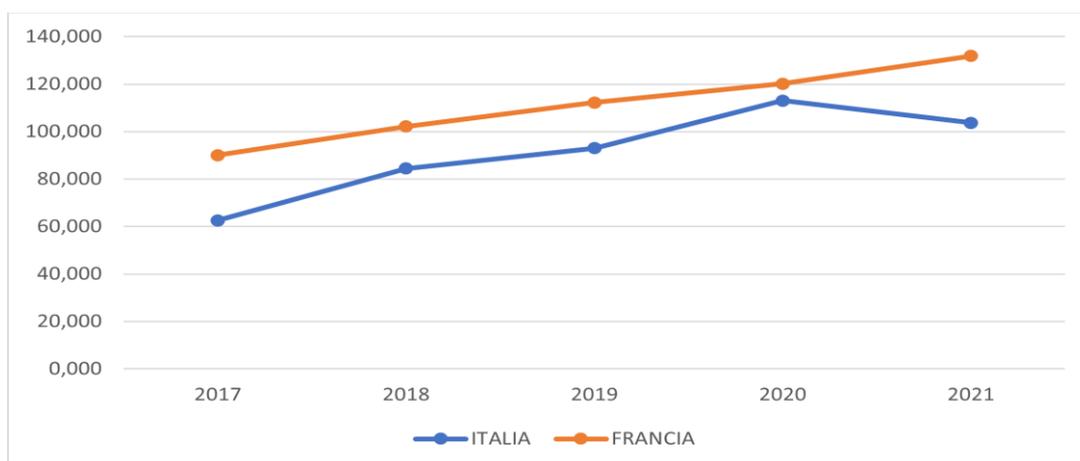


Fig. 32- Confronto delle esportazioni di BiB tra Italia e Francia, in milioni di euro

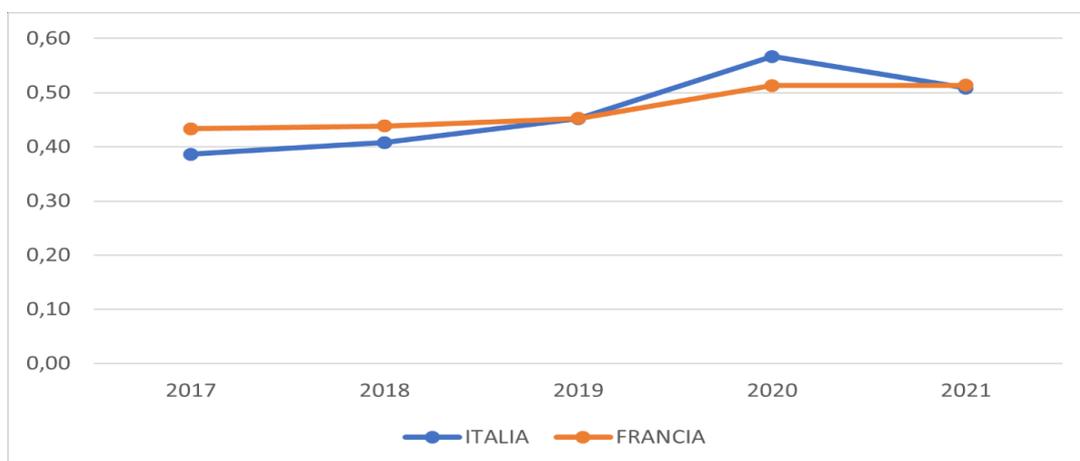


Fig. 33- Confronto delle esportazioni di BiB tra Italia e Francia, in Mhl

L'Italia, come si vede nella **Fig. 32**, dopo un 2020 ai livelli della Francia, chiuso con un valore delle esportazioni di 113 milioni di euro, ha concluso il 2021 in perdita rispetto all'anno precedente chiudendo con 103 milioni di euro, una perdita dell'8%.

In generale, la tendenza vista dal 2017 per questa categoria, è positiva poiché la crescita annua delle esportazioni segna un aumento del 13%, facendo registrare ottimi segnali per il futuro.

La Francia, anche a causa di maggiori investimenti, visto l'aumento del consumo della categoria nel paese (il 40% del vino venduto tramite Grande Distribuzione Organizzata (G.D.O.) nel paese è BiB) (9) ha visto un aumento costante nel valore delle esportazioni di BiB che sono passate dai 90 milioni di euro del 2017 ai 130 milioni di euro del 2021, con una crescita annua del 10%.

Situazione differente quella dell'export a livello di volume che vede l'Italia e la Francia rispettivamente al quarto e al terzo posto, ma con gli stessi volumi esportati, dietro alla Spagna e alla Germania che occupano le prime due posizioni anche se con valori in linea a quelli di Italia e Francia. (0,58 Mhl per la Germania, 0,54 Mhl per la Spagna contro i 0,51 Mhl di Francia e Italia).

L'Italia e la Francia chiudono il 2021 con 0,50 Mhl esportati. L'Italia vede una perdita del 10% rispetto al 2020, mentre la Francia resta in linea con i volumi dell'anno precedente.

Il tasso di crescita annuale è più moderato rispetto ai valori e si attesta al 7% per l'Italia, il quale partiva nel 2017 con una quantità esportata inferiore alla Francia, mentre del 4% per i transalpini, i quali vedono come per il valore una crescita inferiore ma costante.

Da sottolineare i paesi importatori di vino BiB dall'Italia e dalla Francia, poiché il mercato dei BiB ha una domanda diversa rispetto alle altre categorie, essendo consumato nei paesi Scandinavi.

I primi tre importatori di BiB dall'Italia sono: la Svezia prima per valore (24% quote totali) e seconda per volume (18%) in cui il BiB è venduto a 2 €/L; la Norvegia seconda per valore (18% delle quote totali) e terza per volume (13% delle quote totali) in cui il BiB è venduto a 2,4 €/L ed infine al terzo posto si trova il Regno Unito, paese che nel 2020 ha raddoppiato il proprio import sia per volume che per valore diventando leader del settore, che chiude come terzo importatore dall'Italia per valore e primo per volume

con il 23% delle quote ed un prezzo medio di acquisto molto più basso rispetto ai paesi Scandinavi, pari a 1,3 €/L.

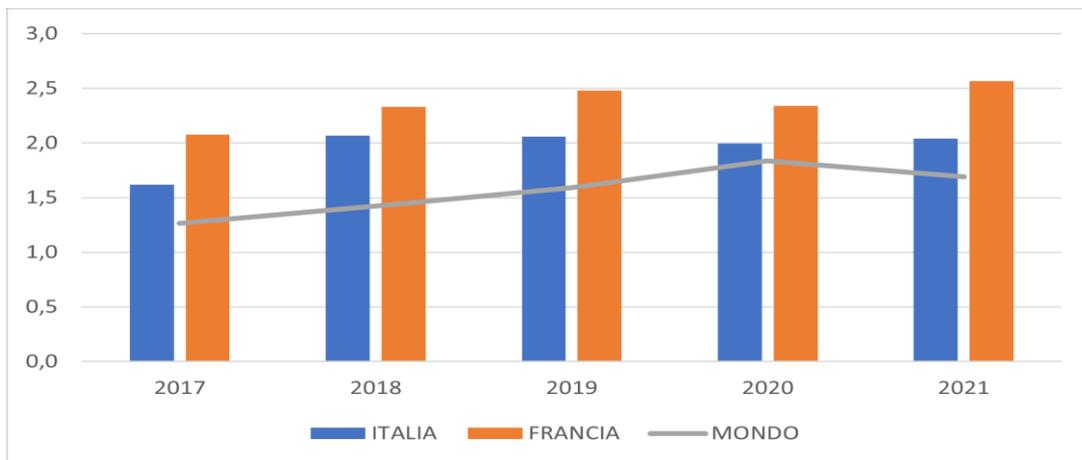


Fig. 34- Confronto prezzo medio in euro dei BiB tra Italia, Francia e mondo

In **Fig. 34** si può vedere l'andamento dei prezzi medi d'esportazione di Italia, Francia e nel mondo. Entrambi i paesi hanno una media al di sopra della media mondiale di 1,7 €/L del 2021. L'Italia, in linea con gli anni precedenti, esporta il proprio BiB a 2 €/L mentre la Francia è arrivata nel 2021 a 2,3 €/L.

CAPITOLO III

Analisi posizione competitiva italiana nei principali mercati di importazione mondiale

3.1 Definizione e differenze tra i paesi del Vecchio Mondo e del Nuovo Mondo del vino

Con vecchio e nuovo mondo del vino si definisce la divisione geografica tra i paesi tradizionalmente viticoltori, produttori e successivamente esportatori di vino e il resto dei paesi dove le tecniche di coltivazione, produzione ed i vigneti sono stati importati nel corso della storia.

Questo criterio, suddivide il globo in paesi dell'“Old world” /vecchio mondo del vino e in paesi del “New world” /nuovo mondo del vino, nello specifico si possono classificare i paesi Europei come facenti parte del vecchio mondo, mentre i paesi che sono stati colonizzati da paesi europei come nuovo mondo.

Entrando più nel dettaglio, si possono dividere i paesi del nuovo e del vecchio mondo in cinque gruppi in base alla loro attività, che sia d'importazione o d'esportazione, nel commercio internazionale del vino (Mariani et al., 2012):

-I paesi esportatori che si affacciano nel Mediterraneo: cinque paesi produttori di vino ed esportatori, tutti facenti parte del vecchio mondo (Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Grecia)

-Altri paesi esportatori: cinque paesi con una forte orientazione verso l'esportazione, tutti facenti parte del nuovo mondo (Cile, Argentina, Australia, Nuova Zelanda, Sud Africa)

-I grandi paesi importatori: tre importatori i quali sono stati a lungo meta per l'esportazione di vino (Germania, Regno Unito, Stati Uniti d'America);

-I piccoli paesi importatori tradizionali: dodici paesi che rappresentano le altre mete consolidate per l'export di vino (prenderemo in considerazione il Belgio, la Danimarca, l'Olanda, la Svizzera, Canada e Giappone)

-I piccoli paesi importatori non tradizionali: cinquantasei paesi che hanno recentemente allargato la propria importazione di vino (prenderemo in considerazione il Brasile, il Messico, la Cina, Hong Kong, Singapore e la Russia)

A partire da queste informazioni, vedremo nel corso del capitolo lo stato competitivo italiano nei mercati dei principali paesi importatori, riportati qua sopra, in confronto agli altri paesi esportatori per valutare l'andamento della posizione competitiva italiana nei differenti mercati mondiali.

Per fare un'analisi più approfondita si vedranno solamente i mercati, sia in valore che in volume, delle bottiglie essendo la categoria con le quote mondiali nel commercio internazionale più alte tra tutte le categorie.

3.2 Posizione competitiva italiana nei tre maggiori mercati d'importazione al mondo: Stati Uniti, Regno Unito e Germania

I più grandi paesi importatori del mondo, sia per tradizione che nel 2021, sono gli Stati Uniti d'America, la Germania e il Regno Unito. Questi paesi importano il 38% del totale mondiale, per un volume complessivo pari a 42 Mhl. Il valore complessivo delle loro importazioni è di 13,1 miliardi di euro, corrispondente anche in questo caso al 38% del totale mondiale.

I tre paesi vedono motivazioni differenti per l'importazione di vino: gli Stati Uniti nonostante siano un paese produttore di vino (nel 2021 sono stati il quarto paese produttore del mondo con 24 Mhl di vino) sono anche il maggior consumatore con 33,4 Mhl di vino consumato. Togliendo l'export (3,3 Mhl nel 2021), si evidenzia bene come la produzione interna non basti al sostentamento della popolazione americana e questo, unito al fascino per i mercati tradizionali come Italia e Francia, spiega il grande import di questo paese; la Germania allo stesso modo vede una produzione (8 Mhl nel 2021) non sufficiente a coprire i consumi interni (19,8 Mhl nel 2021). A differenza degli Stati Uniti, la produzione di vino è frenata dai climi freddi e dal fatto che culturalmente la bevanda nazionale è la birra, il vino solo negli ultimi decenni è entrato a far parte delle abitudini tedesche; il Regno Unito, infine, vede l'import come unico mezzo per il consumo nazionale e per l'export attraverso la pratica del re-export, poiché essendo un paese con una produzione limitata a causa del clima presente nel Regno Unito deve soddisfare la domanda interna (13,4 Mhl consumati nel 2021) e l'export.

Si analizza la posizione competitiva italiana nei mercati più grandi del mondo per quanto riguarda unicamente le bottiglie poiché è la categoria più scambiata sia per volume che per valore:

	2010	2015	2020	2021		2010	2015	2020	2021
VALORE					QUANTITA'				
STATI UNITI D'AMERICA									
1° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia	1° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia
2° fornitore	Francia	Francia	Francia	Francia	2° fornitore	Australia	Australia	Francia	Francia
3° fornitore	Australia	Australia	N. Zelanda	N. Zelanda	3° fornitore	Francia	Francia	Australia	Australia
REGNO UNITO									
1° fornitore	Francia	Francia	Francia	Francia	1° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia
2° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia	2° fornitore	Francia	Francia	Francia	Francia
3° fornitore	Australia	Spagna	Spagna	Spagna	3° fornitore	Australia	Spagna	Spagna	Spagna
GERMANIA									
1° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia	1° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia
2° fornitore	Francia	Francia	Francia	Francia	2° fornitore	Francia	Francia	Francia	Francia
3° fornitore	Spagna	Spagna	Spagna	Spagna	3° fornitore	Spagna	Spagna	Spagna	Spagna

Tab.5- Podio dei fornitori, sia in volume che in valore, di USA, Regno Unito e Germania negli anni 2010, 2015, 2019, 2020, 2021

1) Negli ultimi dieci anni l'Italia si è posizionata prima come fornitore di bottiglie negli Stati Uniti sia per volume che per valore mantenendo le proprie quote stabili, con una media del 34% delle quote per valore e la stessa per volume. Il mercato americano è anche quello più fruttuoso a livello monetario assicurando all'Italia 1,4 miliardi di euro, il 20% dell'export totale. Prendendo in considerazione i valori assoluti, invece, si nota che tra il 2010 e il 2021 a seguito di un incremento del 17% nel volume esportato sono aumentati i valori del 63% , confermando la tendenza del mercato italiano a produrre sia per il mercato interno ma soprattutto per l'export bottiglie di qualità superiore rispetto al passato. Da sottolineare:

-La Francia si posiziona al secondo posto per valore, toccando uno share del 30% nel 2019 (28% / 2021), e la seconda posizione guadagnata ai danni dell'Australia nei volumi esportati con un aumento dell'88% dal 2010 in valore assoluto.

-L'Australia e la Nuova Zelanda hanno vissuto la tendenza contraria: la prima è passata ad essere il terzo fornitore degli USA nel 2010 con il 16% delle quote totali ad essere il sesto con il 5% delle quote (-47% dal 2010 in valore assoluto) mentre rimane stabile al terzo posto nella classifica dei volumi, però passando da una quota del 21% nel totale al 10% (-48% dal 2010 in valore assoluto). Al contrario la Nuova Zelanda è riuscita a prendere spazio in questo mercato scavalcando l'Australia in termine di valore (+201% dal 2010 in valore assoluto) e diventando competitiva anche in quantità esportate (+163% dal 2010 in valore assoluto).

2) Nel Regno Unito l'Italia si conferma il primo fornitore per volume mentre vede essere il secondo per valore, a seguito della Francia. Per quanto riguarda i volumi l'Italia è in testa con una quota media del 23% mentre a livello di valore si trova alle spalle della Francia, che conduce con una quota del 33% nel 2021 (+11% / 2020), con uno share del 16% (+5% / 2020). Questo mercato vale 406 milioni di euro di esportazioni per l'Italia, il terzo mercato mondiale dopo Stati Uniti e Germania.

-La Spagna supera l'Australia (terza nel 2010 sia per volume che per valore) in entrambe le categorie e diventa il terzo fornitore del Regno Unito aumentando le proprie quote in valore del 3% dal 2010 (10% della quota totale nel 2021) e del doppio in volume (dall'8% del 2010 al 16% del 2021).

-Come nel mercato USA, le quote dell'Australia crollano rispetto al 2010 sia per valore che per volume, passando da essere il terzo fornitore ad essere il sesto superata da Spagna, Cile e Nuova Zelanda.

3) La Germania vede l'80% del vino in bottiglia importato nel 2021 provenire esclusivamente da Italia, Francia e Spagna, in volumi e valori che seguono quest'ordine.

-L'Italia si posiziona al primo posto sia come fornitore a livello di volume che di valore dominando il mercato tedesco con più del 40% delle quote in entrambe le categorie dal 2010 (48% in valore / 2021 , 46% in valore / 2021). La Germania è il secondo mercato più grande per l'Italia per quando riguarda le bottiglie, con un valore di 875 milioni di euro.

-La Francia, segue al secondo posto in entrambe le categorie con uno share omogeneo in valore e volume, il 23% per il primo e il 19% per il secondo, così uguale per la Spagna che si vede al terzo posto con un 11% delle quote in valore e il 15% delle quote in volume.

3.3 Posizione competitiva italiana negli altri principali mercati d'importazione europei: Svizzera, Olanda, Belgio e Danimarca

Gli altri maggiori paesi importatori europei sono il Svizzera, l'Olanda, il Belgio e la Danimarca, sono tutti accomunati dall'essere al centro/nord Europa e quindi avere un clima non favorevole alla viticoltura e una produzione interna di vino bassa o addirittura assente, tale che non riesca ad essere sufficiente per soddisfare il consumo interno.

VALORE	2010	2015	2020	2021	QUANTITA'	2010	2015	2020	2021
SVIZZERA									
1° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia	1° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia
2° fornitore	Francia	Francia	Francia	Francia	2° fornitore	Spagna	Spagna	Francia	Francia
3° fornitore	Spagna	Spagna	Spagna	Spagna	3° fornitore	Francia	Francia	Spagna	Spagna
OLANDA									
1° fornitore	Francia	Francia	Francia	Francia	1° fornitore	Francia	Francia	Francia	Germania
2° fornitore	Germania	Germania	Italia	Italia	2° fornitore	Germania	Germania	Germania	Francia
3° fornitore	Italia	Italia	Germania	Germania	3° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia
BELGIO									
1° fornitore	Francia	Francia	Francia	Francia	1° fornitore	Francia	Francia	Francia	Francia
2° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia	2° fornitore	Italia	Italia	Italia	Olanda
3° fornitore	Portogallo	Portogallo	Olanda	Olanda	3° fornitore	Portogallo	Spagna	Germania	Italia
DANIMARCA									
1° fornitore	Italia	Italia	Francia	Francia	1° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia
2° fornitore	Francia	Francia	Italia	Italia	2° fornitore	Francia	Francia	Francia	Francia
3° fornitore	Chile	Chile	Germania	USA	3° fornitore	Chile	Spagna	Spagna	Spagna

Tab.5- Podio dei fornitori, sia in volume che in valore, di Svizzera, Olanda, Belgio e Danimarca negli anni 2010, 2015, 2020 e 2021

1)La Svizzera avendo il consumo di vino stabile da anni sui 2,6 Mhl, in aggiunta alla stabilità economia delle persone che ci vivono, è un mercato stabile e solido che neanche durante l'anno della pandemia ha visto diminuire le proprie importazioni di vino. Un altro vantaggio di esportare vini in Svizzera, sempre a causa del reddito medio delle persone che ci abitano, è il prezzo medio con cui sono venduti i vini: 7,44 €/L per l'importazione di vino italiano, contro i 3,47 €/L a cui è venduto il vino in Germania o i 5,8 €/L nel Regno Unito, per fare un confronto con i maggiori importatori.

In questo mercato l'Italia è leader sia per volume che valore delle importazioni di bottiglie, con il 34% delle quote in valore nel 2021 coerentemente con la media degli ultimi 10 anni, e il 42% delle quote in volume aumentando del 5% dal 2010. Nonostante la posizione competitiva italiana sia stabile, il mercato svizzero è in crescita costante sia in volume (+16% / 2010) ma soprattutto in valore (+62% / 2010) risultando uno dei migliori mercati per l'Italia per l'esportazione valendo 335 milioni di euro.

Il secondo fornitore della Svizzera, sia per valore che recentemente per volume, è la Francia. Allo stesso modo dell'Italia la Svizzera è un mercato vantaggioso anche per la Francia che può vendere vino ad alto prezzo medio a causa delle caratteristiche del mercato. Infatti, chiudendo il 2021 con il 31% delle quote in valore e solamente il 19% delle quote in volume, la Francia vede importare le proprie bottiglie ad un prezzo medio

di 15 €/L. Come per l'Italia, anche la Francia vede le proprie esportazioni costantemente in crescita sia in volume (+22% / 2010) che in valore (+92% / 2010).

La Spagna è stabile al terzo posto sia per volume che per valore, anche se vede quote in calo rispetto al 2010 (-3% / 2010 in valore, -4% / 2010 in volume). In valori assoluti, però, nonostante una flessione dei volumi, il valore delle esportazioni è comunque in crescita, solamente non al passo con quello di Italia e Francia.

-In generale il mercato svizzero è costellato da fornitori europei, essendo la Svizzera in una posizione centrale e strategica, vede infatti come quarto e quinto fornitore Portogallo e Germania.

2) L'Olanda grazie alla crescita del consumo di vino negli ultimi 50 anni (+76% dal 1995 al 2021), arrivando ad un consumo di 3,8 Mhl, poiché prima il paese era storicamente consumatore di birra, ha visto aumentare le proprie importazioni.

Per quanto riguarda il rifornimento di vino imbottigliato, l'Italia si posiziona al secondo posto per valore e al terzo per volume. Negli ultimi dieci anni l'Italia ha visto la quota delle esportazioni verso l'Olanda crescere del 4% per volume (15% / 2021) registrando però un aumento dell'88% in assoluto raggiungendo le 640 mila bottiglie di vino. Ancora migliori i risultati in termini di valore, che vedono una crescita della quota delle esportazioni dell'8%, che si traduce in termini assoluti in una crescita del 192%, la migliore tra i primi dieci fornitori del paese per un totale di 215 milioni di euro.

Davanti all'Italia, si dividono la prima posizione la Germania per quanto riguarda il rifornimento in volume e la Francia per il valore. La Francia con una quota del 26% (-3% / 2010) si conferma il primo fornitore per valore e dal 2021 perde la leadership nelle quote in volume (23%, +2% rispetto al 2020) a causa della crescita del 4% (24% / 2021) della Germania.

A differenza della Svizzera, nonostante un reddito pro capite di alto livello (3° in Europa), i vini importati dall'Olanda sono di categoria decisamente inferiore da come si evince dai prezzi medi: 2 €/L per il vino tedesco, 3,2 €/L per il vino francese e 3,4 €/L per il vino italiano.

Da sottolineare:

-L'Olanda è il primo paese ad essere analizzato il cui rifornimento di vino vede una quota importante provenire dai paesi del Nuovo Mondo: il 7% dal Cile, il 4% dal Sud Africa e il 2% dall'Argentina a livello di valore e allo stesso modo in volume.

-Il Regno Unito vede passare le proprie esportazioni verso l'Olanda da 52 milioni di euro e 18 mila ettolitri del 2020, ad una cessazione totale delle forniture nel 2021 a causa di un crollo delle re-esportazioni del Regno Unito dovute alla brexit.

3) L'Italia si posiziona seconda per valore e terza per volume nel mercato belga. Le quote in valore sono aumentate del doppio dal 2010 (dal 7% al 14%) e sono più che triplicate in valore assoluto (+169% / 2010) toccando i 113 milioni di euro. La crescita in volume segue lo stesso andamento registrando un +6% in quota e un +126% in valore assoluto con 35 mila ettolitri nel 2021.

Il mercato belga è dominato dalla Francia anche se negli ultimi dieci anni è in costante calo. La Francia nel 2021 fornisce il 53% delle quote di vino in valore (-8% / 2010) e il 46% delle quote in volume (-11% / 2020).

Da sottolineare la crescita esponenziale dell'Olanda nel 2021 nel mercato belga diventando il secondo fornitore per volume (16% nel 2021, +7% / 2020) e il terzo per valore con una quota del 10%, leggermente in calo rispetto all'anno precedente.

4) La Danimarca ha visto un aumento del 90% delle proprie importazioni di vino in bottiglia dal 2010 al 2021 in termini di valore, da 382 milioni a 727 milioni di euro ed un aumento del 5% in volume, arrivando a 1,15 Mhl.

L'Italia si posiziona al primo posto per volume e al secondo posto per valore nelle esportazioni verso la Danimarca. Con una quota del 33% l'Italia si aggiudica la testa nella classifica dei rifornitori in volume. Dal 2019 l'Italia ha visto crescere le proprie esportazioni in volume del 28%, migliorando la propria posizione competitiva, aumentando del 6% le quote in volume totali.

Anche in valore le esportazioni italiane sono aumentate del 20% dal 2019, raggiungendo nel 2021 i 144 milioni di euro. Nonostante l'aumento di valore, però, dal 2010 l'Italia ha perso una quota dell'11% nei confronti della Francia, che ora è il miglior fornitore della Danimarca per valore.

La Francia, con il 25% delle quote totali, che le assicurano un mercato da 180 milioni di euro, si posiziona al primo posto come fornitore superando proprio l'Italia nel 2020. Per quanto riguardano i volumi, la Francia vede una crescita del 45% dal 2010 che le ha fatto avvicinare alle quote dell'Italia, raggiungendo il 26% nel 2021.

Al terzo posto per valore si trova la Spagna con l'11% delle quote in valore mentre con il 7% delle quote in volume per entrambe si dividono il terzo posto Stati Uniti e Germania.

3.4 Posizione competitiva italiana nei principali mercati d'importazione americani: Canada, Messico e Brasile

In Nord America si trova il Canada, settimo paese importatore di vino nel 2021 (il 66% delle quote in volume e l'84% in valore è rappresentato dalla categoria delle bottiglie) con 4,2 Mhl per un valore di 1,9 miliardi di euro, un mercato consolidato che è riuscito a resistere anche all'anno del Covid-19. In Centro America si trova il Messico, piccolo mercato in divenire a causa dell'incremento dei consumi interni e dall'allentamento dell'egemonia dei paesi di lingua spagnola (Cile, Argentina e Spagna) in cui l'Italia vede sempre più spazio. Infine, arrivando in Sud America si trova il Brasile, che, come il Messico, è uno dei mercati più in crescita negli ultimi dieci anni spinto dall'aumento dei consumi di una popolazione che conta 210 milioni di persone.

VALORE	2010	2015	2020	2021	QUANTITA'	2010	2015	2020	2021
CANADA									
1° fornitore	Italia	USA	USA	USA	1° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia
2° fornitore	Francia	Italia	Francia	Francia	2° fornitore	Francia	USA	Francia	Francia
3° fornitore	USA	Francia	Italia	Italia	3° fornitore	Australia	Francia	USA	USA
MESSICO									
1° fornitore	Spain	Spain	Spagna	Spagna	1° fornitore	Chile	Spagna	Spagna	Spagna
2° fornitore	Chile	Chile	Chile	Italia	2° fornitore	Spagna	Chile	Chile	Chile
3° fornitore	Argentina	Argentina	Italia	Chile	3° fornitore	Argentina	Italia	Italia	Italia
BRASILE									
1° fornitore	Chile	Chile	Chile	Chile	1° fornitore	Chile	Chile	Chile	Chile
2° fornitore	Argentina	Argentina	Argentina	Argentina	2° fornitore	Argentina	Argentina	Portogallo	Argentina
3° fornitore	Portogallo	Portogallo	Portogallo	Portogallo	3° fornitore	Italia	Portogallo	Argentina	Portogallo

Tab. 6- Podio dei fornitori, sia in valore che in volume, di Canada, Messico e Brasile, negli anni 2010, 2015, 2020 e 2021

1) L'Italia è il primo fornitore per volume e il terzo per valore nel mercato canadese nel 2021. Negli ultimi dieci anni le importazioni italiane verso il Canada sono aumentate del 40% in valore (da 235 milioni a 330 milioni di euro) anche se la quota sul totale è rimasta invariata, circa del 20%. Nonostante ciò, dal 2010 l'Italia ha perso la leadership

come fornitore per valore a causa di una concentrazione dell'offerta da parte di USA e Francia che hanno visto crescere le proprie quote rispettivamente dell'8% e del 3%. Ora gli USA detengono la leadership per quanto riguarda i valori, detenendo il 24% delle quote, mentre la Francia al secondo posto segue con il 23%.

Per quanto riguarda il volume si è vista la tendenza contraria, nonostante le quote sul totale si siano abbassate dell'8% (21% / 2021) l'Italia non ha perso la leadership come fornitore, anche se vede alle proprie spalle la Francia e gli Stati Uniti assicurarsi quasi le stesse quote di mercato (20% per la Francia e il 19% per gli USA) ma con un CAGR negli ultimi dieci anni superiore (1% per l'Italia, 1,5% per la Francia mentre 3,9% per gli USA) che potrebbe far ripetere quello successo per i valori.

Da sottolineare la discesa delle forniture da parte dell'Australia, che dal 2010 perde una quota del 9% in valore (-70 milioni di euro) e del 12% in volume (-15 mila ettolitri di vino).

Continua anche la crescita della Spagna che negli ultimi dieci anni ha visto raddoppiare sia le quantità esportate che i valori delle esportazioni.

2) Il Messico è un mercato emergente per l'Italia, la quale è riuscita nel corso degli ultimi 10 anni a diventare secondo per valore e terzo per volume, partendo come quinto fornitore per valore e quarto per volume. Le quote di mercato in valore sono cresciute più del doppio rispetto all'8% del 2010 (19% / 2021), una crescita fenomenale ma che si vede ridimensionata a causa della chiusura in negativo del 2021 (-3% / 2020). Il mercato per valore è dominato dalla Spagna con una quota del 30% sul totale. Seguono l'Italia: il Cile, gli Stati Uniti e l'Argentina tutti e tre con quote superiori al 10% (16% per il Cile, 12% per gli USA e il 10% per l'Argentina) andando a formare un mercato composto interamente da 6 partecipanti, con la Francia che fornisce l'8% delle esportazioni.

Per quando riguarda i rifornimenti in volume il quadro è meno a favore rispetto alla Spagna, che ha la leadership con il 26% delle quote, poiché vede il Cile e l'Italia alle sue spalle seguirla con il 25% e il 24% delle quote totali. Questo è un segnale positivo per l'Italia dal punto di vista del CAGR, poiché è quello nettamente superiore con l'11,8% di crescita annua contro il 3,4% della Spagna e il 2,8% del Cile. Come per il valore sono sempre gli stessi sei paesi a possedere la quasi totalità delle quote delle esportazioni in volume.

3) Il mercato brasiliano, forte di un gran numero di abitanti, sta progressivamente aumentando la propria domanda di vino facendo crescere il proprio mercato. Negli ultimi dieci anni è aumentato del 110% in valore (da 178 a 389 milioni di euro) e del 116% in volume (da 70 migliaia di ettolitri a 153 migliaia di ettolitri). L'Italia si posiziona al quarto posto sia per le esportazioni in valore che in volume, perdendo quote percentuali in entrambe le categorie in confronto agli ultimi dieci anni. In valore, nonostante una crescita del 40% (la peggiore tra i primi sei paesi fornitori) ha perso il 5% delle quote, arrivando nel 2021 ad esportare l'8% del totale. L'Italia è preceduta dal Cile, che dopo un 2020 dominato con il 44% delle quote in valore, vede un calo del 9% nel 2021, dall'Argentina con il 15% delle quote e dal Portogallo con il 14%.

Anche in volume l'Italia ha subito un ridimensionamento del proprio mercato in Brasile, perdendo il 10% delle quote dal 2010, chiudendo il 2021 con il 7% delle quote totali. Questo perché nonostante l'aumento dell'import del 116% da parte del Brasile, il volume esportato dall'Italia è rimasto lo stesso (11 migliaia di ettolitri). Al di sopra dell'Italia la situazione è simile alla precedente, il Cile è al primo posto con il 45% delle quote, confermando la leadership sul mercato brasiliano, e subito dietro Argentina e Portogallo con il 17% e il 16% rispettivamente.

3.4 Posizione competitiva italiana nei principali mercati di importazione asiatici: Cina, Hong Kong, Giappone e Russia

Nel continente Asiatico, a causa della globalizzazione, negli ultimi 30 anni il vino è entrato sempre più a far parte dei consumi alimentari di alcuni paesi come la Cina, il Giappone e la Russia. A causa però della scarsa quantità e appetibilità della produzione di vino di questi paesi, i quali non essendo storici produttori devono ancora affinare le proprie tecniche, ricorrono all'import di vino da tutto il mondo. Si possono trovare sia paesi europei come Francia e Italia sia paesi del Nuovo Mondo come il Cile e l'Australia.

I mercati presi in considerazione sono quelli di Cina, Hong Kong, Giappone e Russia.

In totale formano un mercato da 4 miliardi di euro nel 2021 e da 9,3 Mhl. La Cina è il mercato maggiore per valore con il 33% delle quote e il 27% in volume, nonostante la crescita delle importazioni viste negli ultimi dieci anni si sia rallentata. Questo oltre alla pandemia, per cui ancora continuano ad esserci lockdown in Cina, è dovuto all'aumento della produzione interna di vino, la quale anche se non è ancora paragonabile ai volumi

dei paesi esportatori sta conquistando la domanda interna. La Cina è seguita dalla propria regione amministrativa, Hong Kong, con il 27% delle quote in valore e solamente il 4% in volume toccando un prezzo al litro di 30 euro. Hong Kong, essendo una città di 7,3 milioni di abitanti utilizza l'import per ri-esportare il prodotto verso la Cina, questo succede perché a differenza della Cina, Hong Kong non ha alcun dazio di esportazione e quindi i paesi esteri preferiscono aggirare questo problema.

Il Giappone è il terzo mercato asiatico per valore con il 20% della quota del 2021 e con il 17% in volume seguito dalla Russia che domina con il 52% in volume e si mantiene allo stesso livello del Giappone per valore. Il 2021 è stato probabilmente l'ultimo anno con questi numeri per la Russia, poiché il commercio internazionale sia interno che esterno potrebbe subire tagli drastici a causa delle sanzioni inflitte per la guerra in Ucraina.

VALORE	2010	2015	2020	2021	QUANTITA'	2010	2015	2020	2021
CINA									
1° fornitore	Francia	Francia	Australia	Francia	1° fornitore	Francia	Francia	Francia	Francia
2° fornitore	Australia	Australia	Francia	Chile	2° fornitore	Australia	Australia	Australia	Chile
3° fornitore	Chile	Chile	Chile	Italia	3° fornitore	Italia	Spagna	Chile	Spagna
HONG KONG									
1° fornitore	Francia	China	Francia	Francia	1° fornitore	Francia	Francia	Francia	Australia
2° fornitore	UK	Francia	UK	UK	2° fornitore	USA	Australia	Australia	Francia
3° fornitore	USA	UK	USA	Australia	3° fornitore	Australia	USA	USA	USA
GIAPPONE									
1° fornitore	Francia	Francia	Francia	Francia	1° fornitore	Francia	Francia	Chile	Francia
2° fornitore	Italia	Italia	Italia	Italia	2° fornitore	Italia	Chile	Francia	Chile
3° fornitore	Chile	Chile	Chile	Chile	3° fornitore	Chile	Italia	Italia	Italia
RUSSIA									
1° fornitore	Francia	Italia	Italia	Italia	1° fornitore	Francia	Italia	Georgia	Italia
2° fornitore	Italia	Francia	Georgia	Georgia	2° fornitore	Italia	Spagna	Italia	Georgia
3° fornitore	Spagna	Georgia	Francia	Francia	3° fornitore	Spagna	Georgia	Spagna	Spagna

Tab. 7- Podio dei fornitori, sia in valore che in volume, di Cina, Hong Kong, Giappone e Russia.

1) L'Italia, con l'uscita di scena dell'Australia, è diventata il quarto fornitore di vino in bottiglia per la Cina assicurandosi il 10% delle quote totali, con un valore di 107 milioni di euro posizionandosi al terzo posto tra i fornitori. La posizione nel mercato cinese è migliorata costantemente dal 2010, per una crescita del 266% in valore. Per quanto riguarda i volumi, l'Italia vede occupare la quarta posizione con il 9% dello share, anche questo in crescita rispetto al 2020 a causa dell'Australia, ma comunque al di sotto dei livelli pre-pandemici.

La prima posizione tra i fornitori, sia per valore che per volume, è occupata dalla Francia che nel 2021 ha dominato il mercato cinese grazie al 45% delle quote in valore e il 36% in volume, entrambe aumentate di gran lunga dal 2020. Il Cile segue al secondo posto con il 19% delle quote per valore e il 24% delle quote per volume.

Da sottolineare con grande importanza la situazione dell'Australia che nel 2021 ha perso il 93% del valore delle esportazioni e il 95% in volume, passando da una quota del 41% al 2% in valore e dal 27% al 2% in volume. Questo si è verificato in seguito allo scoppio della pandemia di Covid-19. Prima l'Australia era l'unico paese del mondo ad avere un accordo di libero scambio con la Cina, la quale essendo il primo mercato per i prodotti australiani, li importava senza far pagare nessun dazio. Con la richiesta dell'Australia di indagini sulle origini del Covid-19, la repubblica cinese ha avviato una serie di indagini "anti-dumping" che hanno portato all'applicazione di dazi sulle importazioni australiane che hanno raggiunto il 200%.

2) Hong Kong, nonostante la popolazione esigua che possiede, di 7,3 milioni di abitanti, grazie all'alto consumo di vino per abitante rispetto ai paesi asiatici, circa 5 litri di vino, e grazie alle ri-esportazioni verso la Cina, è un mercato molto attivo per l'importazione di vino. Nel 2021 Hong Kong ha importato 9,5 milioni di litri di vino per un valore di 1 miliardo di euro, migliorando i risultati del 2020 del 10% in volume nel 36% in valore.

L'Italia ha un ruolo marginale in questo mercato, con una quota del 3% in valore e del 6% in volume è solamente il sesto rifornitore in valore e il quinto in volume. In particolare, viene messo in risalto il prezzo al litro con cui è venduto il vino ad Hong Kong del vino italiano, di 13 €/L, di fronte al prezzo medio al litro di circa 30 euro con cui Hong Kong importa il vino in bottiglia, determinando un importante calo di valore, per cui il vino italiano potrebbe essere molto più forte nel mercato di Hong Kong.

Il primo fornitore, con il 50% del valore, è la Francia. Da notare che copre solo il 24% delle quote in volume, assicurandosi un prezzo al litro di 54 euro. Nel 2021 c'è stata un'impennata delle importazioni dall'Australia a causa dell'aumento dei dazi verso la Cina, diventando il primo fornitore per volume con il 27% delle quote (+2%/ 2020) e terzo per volume con il 13% delle quote (+4% / 2020). Facendo così Hong Kong diventa un rivenditore di vino australiano in Cina. Infine, si trova il Regno Unito al secondo posto con il 17% delle quote in valore e il 4% delle quote in volume per un prezzo al litro di

105 euro dovuto alle ri-esportazioni di vino di alta qualità probabilmente proveniente dalla Francia e dall'Italia.

3) Nel mercato Giapponese l'Italia si classifica in seconda posizione per valore, con il 12% delle quote, mentre al terzo posto per volume con il 18% delle quote. A causa del Covid-19 le importazioni sia in valore che in volume si sono abbassate e, nonostante una leggera ripresa nel 2020, non sono ancora ritornate ai livelli prima della pandemia quando valevano 148 milioni di euro per 28 milioni di litri (-11% / 2019 in valore e -21% / 2019 in volume).

Come per gli altri mercati asiatici, il primo fornitore di vino è la Francia, con una quota in valore e in volume rispettivamente del 37% e del 29%. Nonostante la leadership e le grandi quote di mercato, dal 2010, grazie all'ascesa delle importazioni dal Cile, ha fatto perdere delle importanti quote di mercato sia in valore (-14% / 2010) che in volume (-6% / 2020).

Come detto precedentemente, il terzo fornitore per valore e il secondo fornitore per volume è il Cile, il quale nel corso nei primi cinque anni del decennio 2010-2020 ha visto un aumento importante delle quote di mercato che gli ha assicurato un posto nei paesi leader fornitori arrivando al culmine nel 2019 con un'esportazione dal valore di 148 milioni di euro per 47 milioni di litri di vino. Nel 2021 il Cile ha fornito il 26% delle quote in volume e il 9% in valore, in discesa rispetto ai livelli pre Covid-19, soprattutto per quanto riguarda i valori delle esportazioni.

4) L'Italia nel 2021 è il primo fornitore di vino in bottiglia in Russia sia per valore che per volume. Con il 26% delle quote in valore, valevoli per 193 milioni di euro e il 46% delle quote in volume, corrispondenti a 252 milioni litri di vino. Dal 2010 le esportazioni italiane hanno visto un aumento importante di valore (+176%/ 2010) a fronte di un calo delle quantità (-1% / 2010), dovuto esclusivamente al prezzo medio passato dai 1,4 €/L del 2010 ai 1,7€/L del 2021. A causa della guerra questa tendenza positiva è destinata a cambiare già nel 2022, come dice Coldiretti a marzo 2022: "La guerra fa più che dimezzare le esportazioni "made in Italy" in Russia che crollano del 50,9% per effetto delle sanzioni e delle difficoltà conseguenti per le tensioni sul commercio internazionale, la svalutazione del rublo e le difficoltà nei pagamenti".

A seguito dell'embargo del 2006 fino al 2013, che vedeva il blocco delle importazioni di vino dalla Georgia, si vede la risalita delle importazioni nel post-2013, che passano da una quota del 4% in valore e del 3% in volume al 17% e il 22%. La Georgia è storicamente

riconosciuta come la cantina dell'Unione Sovietica, sia a causa dei rapporti commerciali e politici con la Russia sia a causa della mancanza di altri mercati per l'esportazione; infatti, nel 2021 il 55% delle esportazioni di vino sia in valore che in volume sono state dirette verso la Russia.

Infine, al terzo posto si trova la Francia per valore e la Spagna per volume. La Francia, come in tutti i mercati in cui è coinvolta, è un'esportatrice di vini di qualità superiore rispetto agli altri paesi. Il mercato russo, essendo molto attento ai prezzi, non è sicuramente il mercato più facile per la Francia che comunque riesce a ritagliarsi una posizione competitiva. Al contrario, la Spagna essendo storicamente un paese che esporta vino sfuso o, come in questo caso, bottiglie a basso prezzo al litro, ha avuto una crescita sorprendente nel mercato russo, aumentando i propri volumi del 78% in volume e del 189% in valore.

CONSIDERAZIONI FINALI

Le analisi svolte mostrano che il mercato vitivinicolo mondiale è al suo massimo storico. Le previsioni per il breve-medio termine che si facevano a fine 2021 preannunciavano un solido trend di crescita con un CAGR (2022-2025) del 5,88% (10) che però è stato impedito o attenuato dalla guerra in Ucraina e in particolare dall'aumento dell'inflazione. Ci sono, infatti, diverse visioni sul futuro nel breve termine delle esportazioni italiane e del mercato vitivinicolo in generale: per il più recente rapporto Mediobanca l'Italia vedrà chiudere il 2022 in positivo sia nell'export di vino (+5,6% / 2021) che degli spumanti (7,5% / 2021), mentre uno studio dell'Università di Bordeaux prevede una diminuzione media della domanda globale di vino che nel 2022 potrebbe variare dal 2 al 10% (Cardebat, 2022 ; Mediobanca, 2022).

Il commercio internazionale del vino negli ultimi venti anni, grazie al contributo dei paesi del Vecchio Mondo e di paesi del Nuovo Mondo, come la Cina, il Cile, l'Argentina, l'Australia è cresciuti sia in valore che in volume. Questi ultimi paesi hanno anche introdotto delle novità poi seguite dai paesi del Vecchio Mondo, come l'uso del vitigno per nominare il vino rispetto alla denominazione di origine più usata nei paesi europei, facilitando il contatto del consumatore nella scelta del vino. La crescita del commercio internazionale è avvenuto grazie ad un aumento della domanda fatta sia di consumatori di vecchia data, che vogliono provare vini derivanti da altri paesi o continenti, sia consumatori di nuova data, i così detti "millennials" e le generazioni successive. Da questi si sono formati i trend degli ultimi venti anni:

- sono aumentate le esportazioni di spumanti, con in testa gli spumanti da Glera a denominazione (Prosecco DOC Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOP e Asolo Prosecco DOP), un prodotto dal costo medio-basso con un marchio riconoscibile che può differenziarsi dallo Champagne, che comunque a livello di valore generato resta indiscusso al primo posto;
- dal 2014, dopo un decennio di crescita, sono diminuite le esportazioni di vino sfuso in valore, al contrario del volume che è rimasto stabile, implicando un abbassamento del prezzo al litro, soprattutto nei paesi che possono variare l'offerta come Italia e Francia;

- ha guadagnato spazio la categoria dei Bag in Box il cui uso si amplia per il consumo domestico, anche se nei prossimi anni potrebbe aumentare l'utilizzazione nella ristorazione per il consumo "al bicchiere" o in "caraffa"

Il vino in bottiglia resta sempre la categoria più consumata e la più esportata sia in valore che in volume a livello mondiale, guidata da Francia, Italia e Spagna. Grazie ad una dettagliata analisi si è visto come l'Italia sia, insieme alla Francia, il paese leader nelle esportazioni sia per valore che per volume nei principali mercati del mondo. L'Italia è il fornitore principale, nella categoria delle bottiglie, sia in valore che in volume dei tre mercati più grandi al mondo: Stati Uniti, Regno Unito e Germania. Anche negli altri mercati europei la posizione competitiva italiana è molto forte, infatti guida il mercato svizzero, danese ed è stabilmente nel podio sia in quello olandese che in quello belga. Differente la situazione italiana nei mercati extra-UE: nelle Americhe l'Italia assume una posizione competitiva in Canada, mercato in connessione con gli USA e in Messico, mentre il Brasile è ancora dominato dai paesi di lingua spagnola. In Asia l'Italia vede una situazione simile, in Giappone si divide il mercato con Francia e Cile mentre, almeno fino al 2021, era il principale fornitore sia in volume che in valore della Russia prima dello scoppio della guerra in Ucraina. In Cina nel 2021 è riuscita a diventare il terzo fornitore del paese mentre ad Hong Kong, nonostante la crescita non vede ancora una posizione di rilievo.

In conclusione, l'Italia sta al passo con le nuove tendenze del mercato vitivinicolo grazie alla creazione di marchi forti per i propri prodotti e ad un'offerta di qualità ad un prezzo accessibile e che le permette una posizione forte nei mercati tradizionali e ha anche un possibile ampio margine di crescita nei nuovi mercati. Questa crescita nei nuovi mercati deve essere però spinta dai produttori che vogliono allargare la propria distribuzione, attraverso un approccio diverso in base al mercato di destinazione: si deve conoscere sempre più nello specifico le modalità di consumo dei paesi di destinazione, si deve predisporre una logistica efficace e reti commerciali idonee per raggiungere paesi di destinazione sempre più lontani e si devono individuare forme efficaci di promozione (Del Rey, Piccoli, 2020).

In negativo si ha una valorizzazione del prodotto migliorabile, infatti la quota di esportazione di vini premium o superiori è ancora molto al di sotto rispetto alla Francia. I produttori che intendono aumentare il valore unitario del proprio vino, o entrare nel mercato dei vini premium e super-premium, devono investire sulle tecnologie di

produzione oltre che sulla materia prima, poiché il vino deve essere di indubbia qualità; devono vendere un prodotto che può essere collegato al territorio di appartenenza della cantina o, comunque, usare uve che rendono al meglio nei terreni in cui sono coltivate, insomma devono creare fascino intorno al proprio vino. Poi, oltre alla produzione, devono puntare alla distribuzione trovando i mercati idonei e le fasce di consumatori più adatte al consumo del proprio vino. L'aumento delle quote di vendita di vino a fascia di prezzo alta porta benefici non solo ai produttori, in quanto la loro produzione induce lo sviluppo di servizi a supporto che arricchiscono la comunità locale. Inoltre, l'ampliamento della produzione di vini di alta gamma contribuirebbe ad un ulteriore rafforzamento dell'immagine del vino italiano, con vantaggi per tutto il settore. Per questo motivo può essere uno degli obiettivi della politica vitivinicola nazionale favorire l'aumento della produzione di questi vini, stimolando e sostenendo le attività di formazione delle competenze specifiche richieste e adeguate sperimentazione.

BIBLIOGRAFIA

- Cardebat J.M. (2022), “The wine market after Covid: towards a new future?”, relazione presentata all'Accademia Italiana della Vite e del Vino, Venezia 6 maggio 2022
- Del Rey R., Piccoli F., (2020), “Il mercato del vino in Italia e nel mondo prima e dopo il Covid-19: Situazione, tendenze e sfide per il vino a livello mondiale”. ISMEA, Roma
- Mariani A., Pomarici E., Boatto V. (2012), “The international wine trade: Recent trends and critical issues”, *Wine Economics and Policy* 4–40
- Mediobanca (2022), *Il settore vinicolo in Italia*, Area Studi Mediobanca, Milano
- OIV (2022), “State of the World Vine and Wine Sector”, General Director Press Conference 27th April 2022
- Pollini L., Bucelli P., Calò A., Costantini E.A.C., L'Abate G., Lisanti M.T., Lorenzetti R., Malorgio G., Moio L., Pomarici E., Storchi P., Tomasi D. (2013), *Atlante dei territori del vino italiano*, Pisa, Pacini editore - Siena, Ente Mostra Vini - Enoteca Italiana, 2 voll., pp. 864
- Pomarici E. (2005), “Il mercato mondiale del vino: tendenze, scenario e dualismo tra Vecchio e Nuovo Mondo”, VQ
- Pomarici E., Corsi A., Mazzarino S., Sardone R. (2021), “The Italian Wine Sector: Evolution, Structure, Competitiveness and Future Challenges of an Enduring Leader”, *Italian Economic Journal*
- Pomarici E., Sardone R. (2020), “EU wine policy in the framework of the CAP: post-2020 challenges”, *Agricultural and Food Economics*

SITI INTERNET CONSULTATI

- (1) <https://www.istat.it/it/files//2011/10/glossario2.pdf>
- (2) <https://www.to.camcom.it/book/export/html/17206>
- (3) https://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/vino/2022/04/16/prosecco-doc-produzione-25-e-quota-export-30_620de26a-794b-4207-a106-e8ca5b29cf61.html#:~:text=Con%20esportazioni%20raggiunti%20oltre%20150%20Paesi%20del%20mondo&text=Con%20il%20report%20economico%20viene,oltre%20150%20Paesi%20del%20mondo
- (4) www.winenews.it
- (5) https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c220421%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- (6) https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c220429%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- (8) https://www.winemeridian.com/news_it/champagne_ecco_i_numeri.html
- (9) https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c220422%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- (10) https://www.winemeridian.com/news_it/bag_in_box_un_successo_che_merita_attenzione.html
- (11) <https://www.statista.com/outlook/cmo/alcoholic-drinks/wine/worldwide>

