



“L’evoluzione dell’export vitivinicolo italiano tra limiti e opportunità”

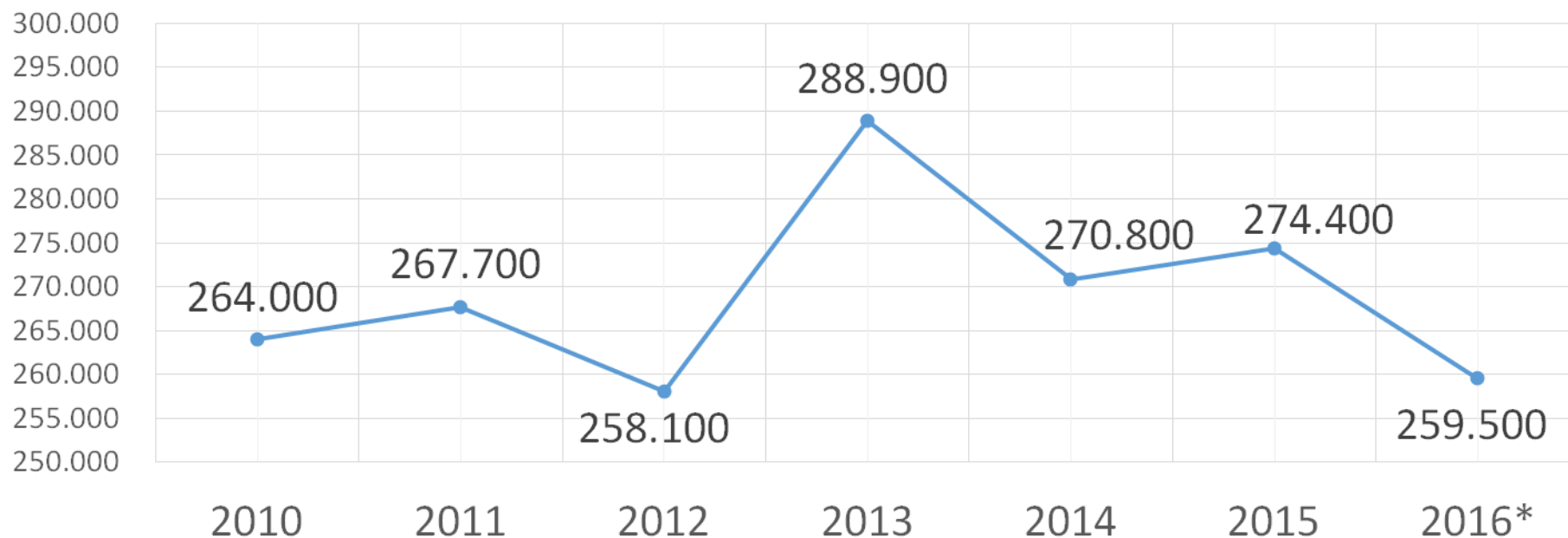
Antonio Rallo
Presidente Unione Italiana Vini

*San Michele all’Adige, 4 novembre 2016
7° Seminario Internazionale di Marketing del vino*



Produzione, consumi e scambi internazionali

Produzione mondiale di vino (migliaia hl)

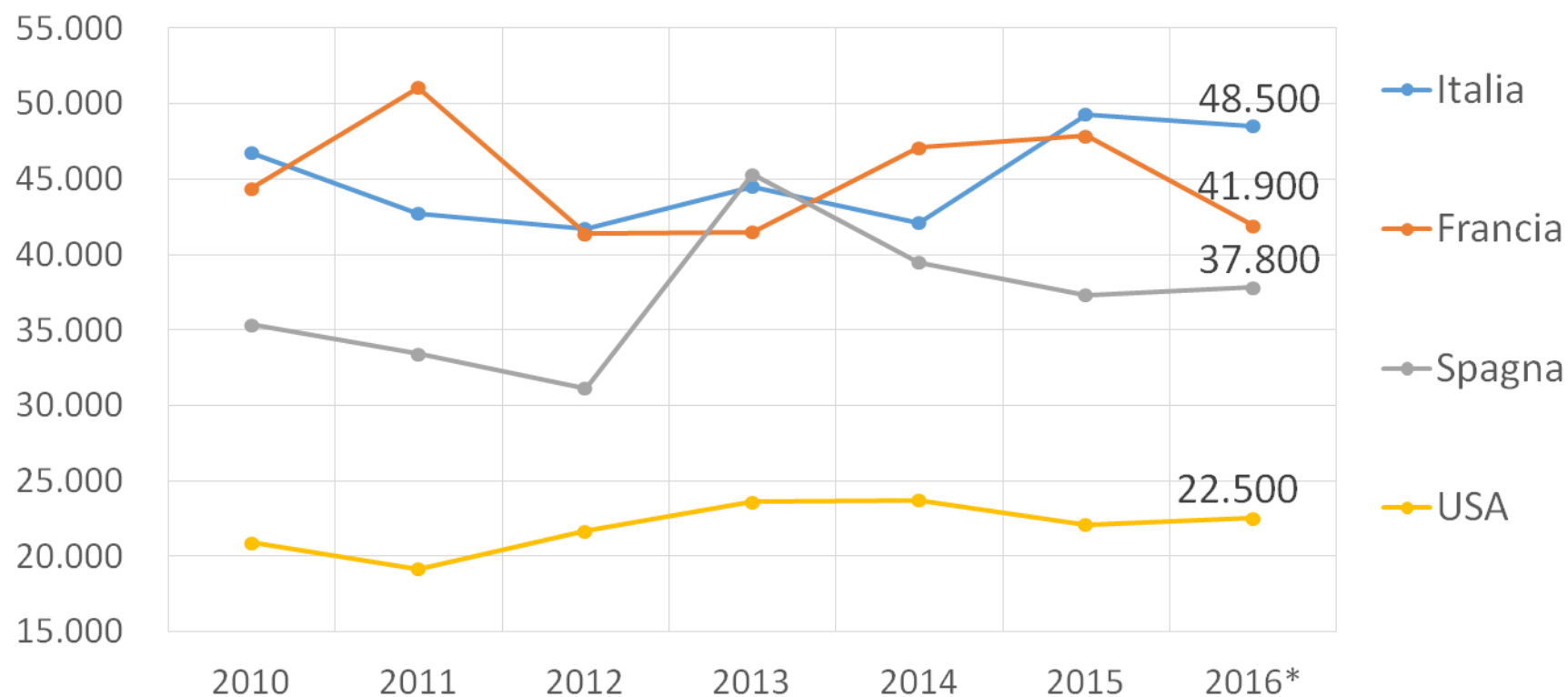


ISMEA SU DATI COMMISSIONI UE E OIV



OSSERVATORIO
DEL VINO

Principali produttori mondiali (migliaia hl)

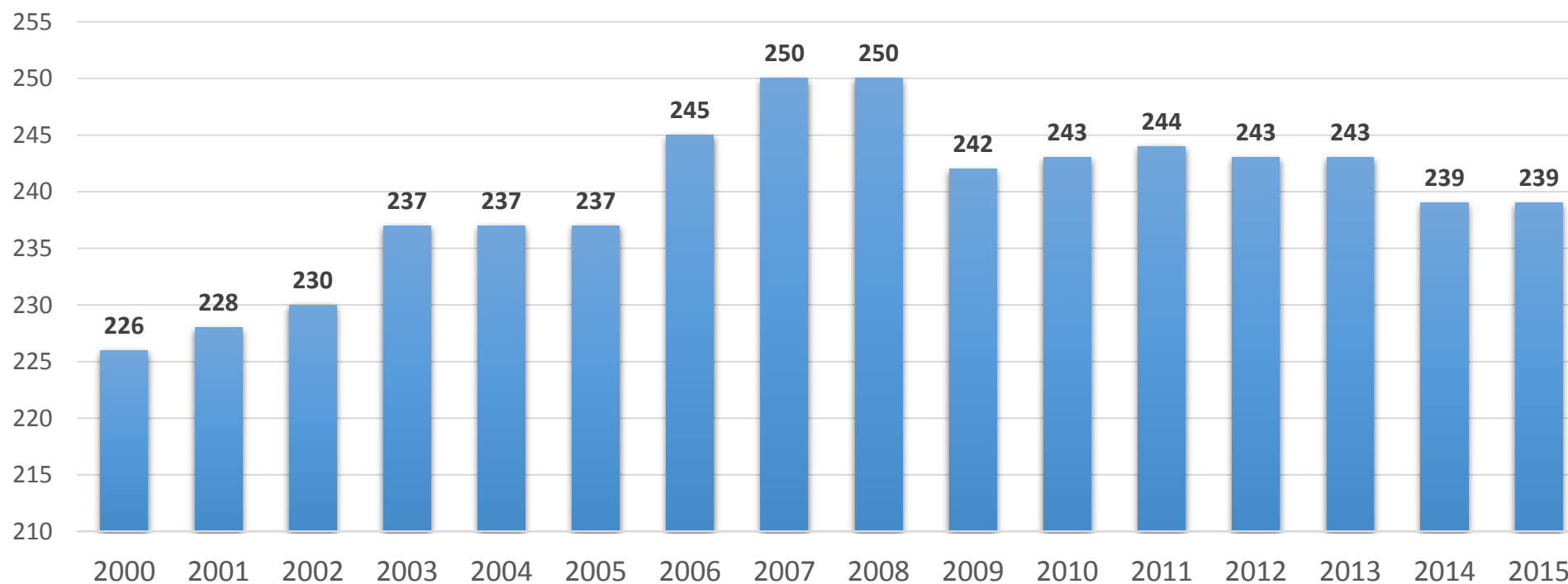


ISMEA SU DATI COMMISSIONI UE E OIV



UNIONE ITALIANA VINI

Il consumo mondiale di vino (milioni hl)

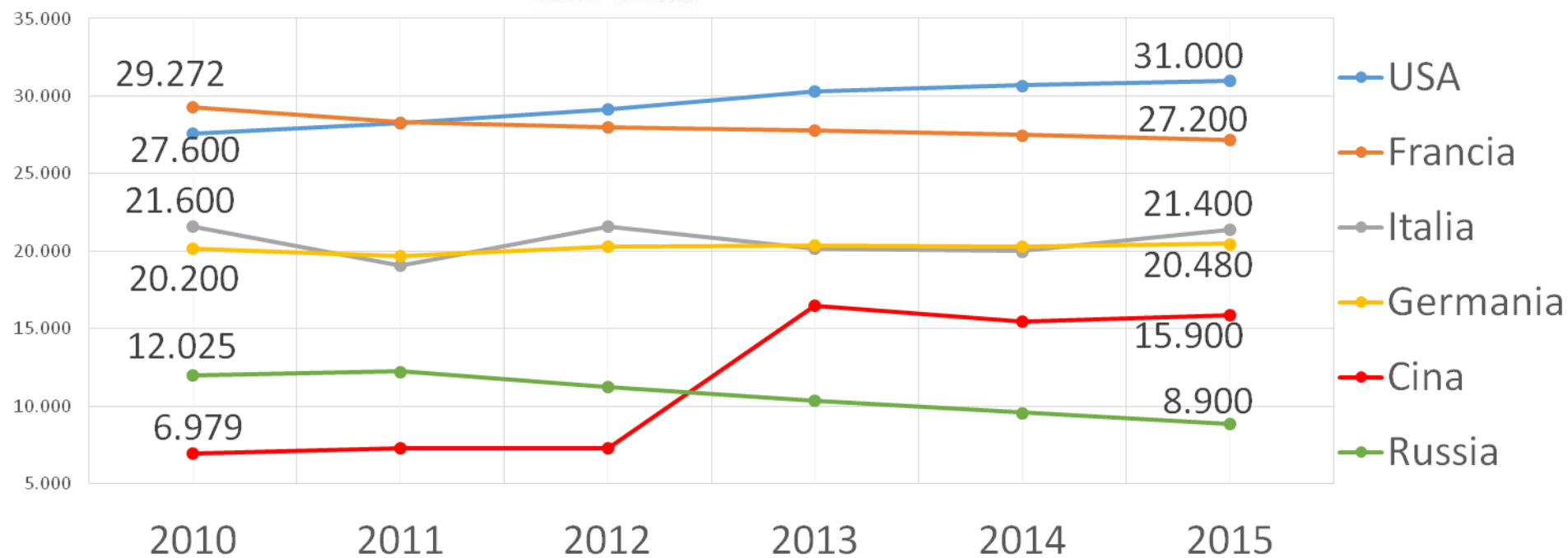


ISMEA SU DATI COMMISSIONI OIV



OSSERVATORIO
DEL VINO

Principali Paesi consumatori (migliaia hl)



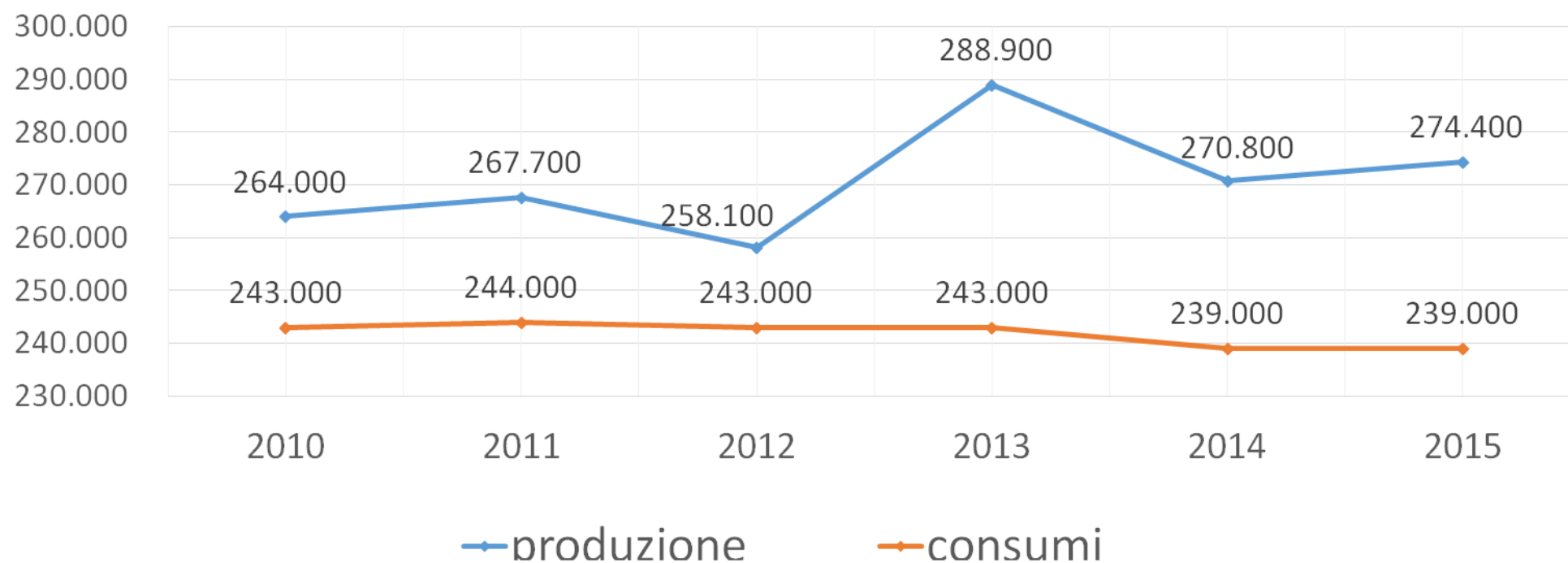
NOTEVOLE PROGRESSIONE DELLA CINA E CRESCITA CONSUMI IN USA

ISMEA SU DATI COMMISSIONI UE E OIV



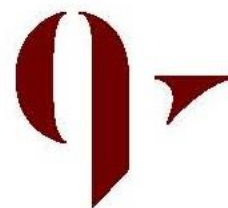
UNIONE ITALIANA VINI

Produzioni e consumi mondiali (migliaia hl)



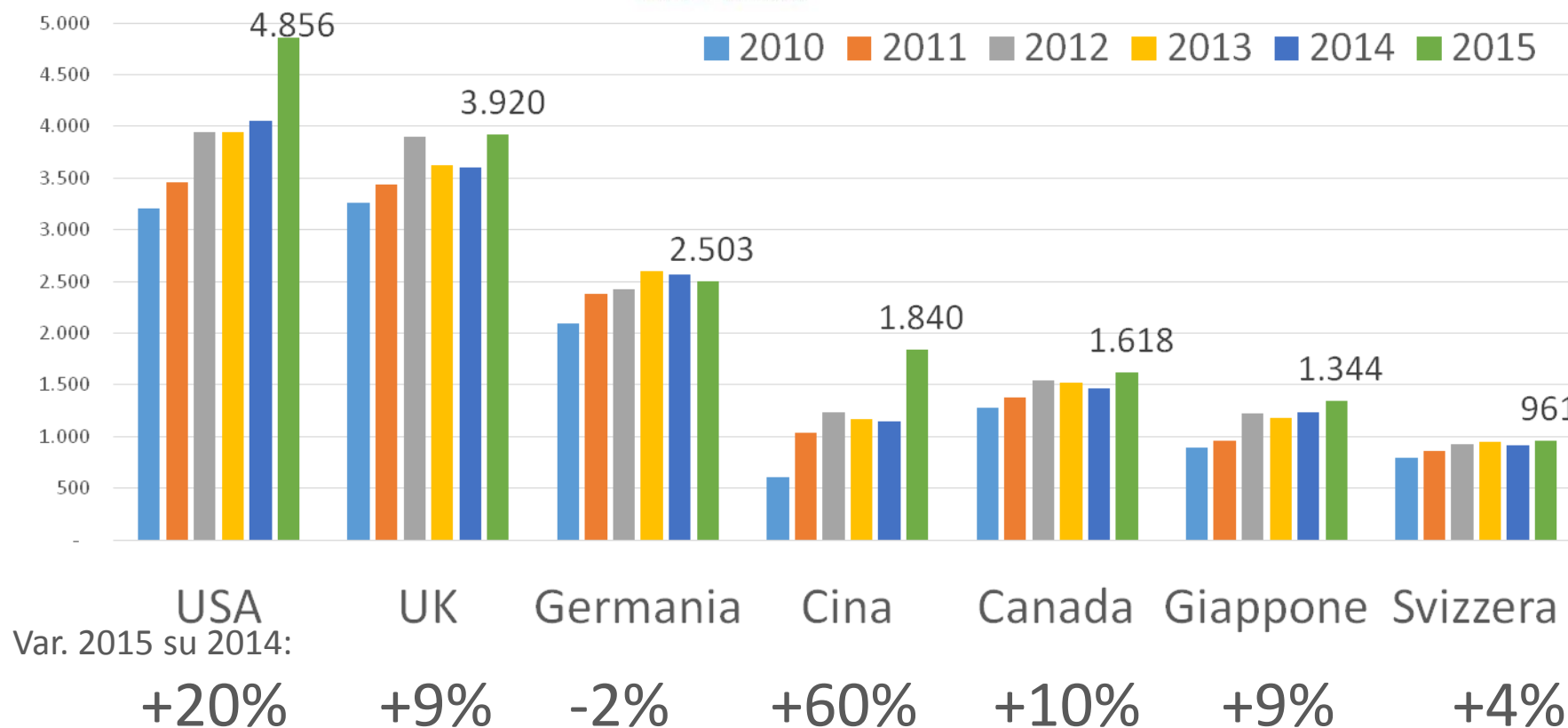
ISMEA SU DATI COMMISSIONI UE E OIV

- **GLI SCAMBI INTERNAZIONALI DI VINO NEL 2015 SONO SALITI A 105 MILIONI DI ETTOLITRI, IN CRESCITA DELL'1% SUL 2014.**
- **L'EFFETTO CAMBIO EURO/DOLLARO, HA INFLUITO POSITIVAMENTE SUL COMPUTO IN EURO DEL GIRO D'AFFARI CHE IN EURO È ARRIVATO A 27 MILIARDI DI EURO (+9% SUL 2014).**



OSSERVATORIO
DEL VINO

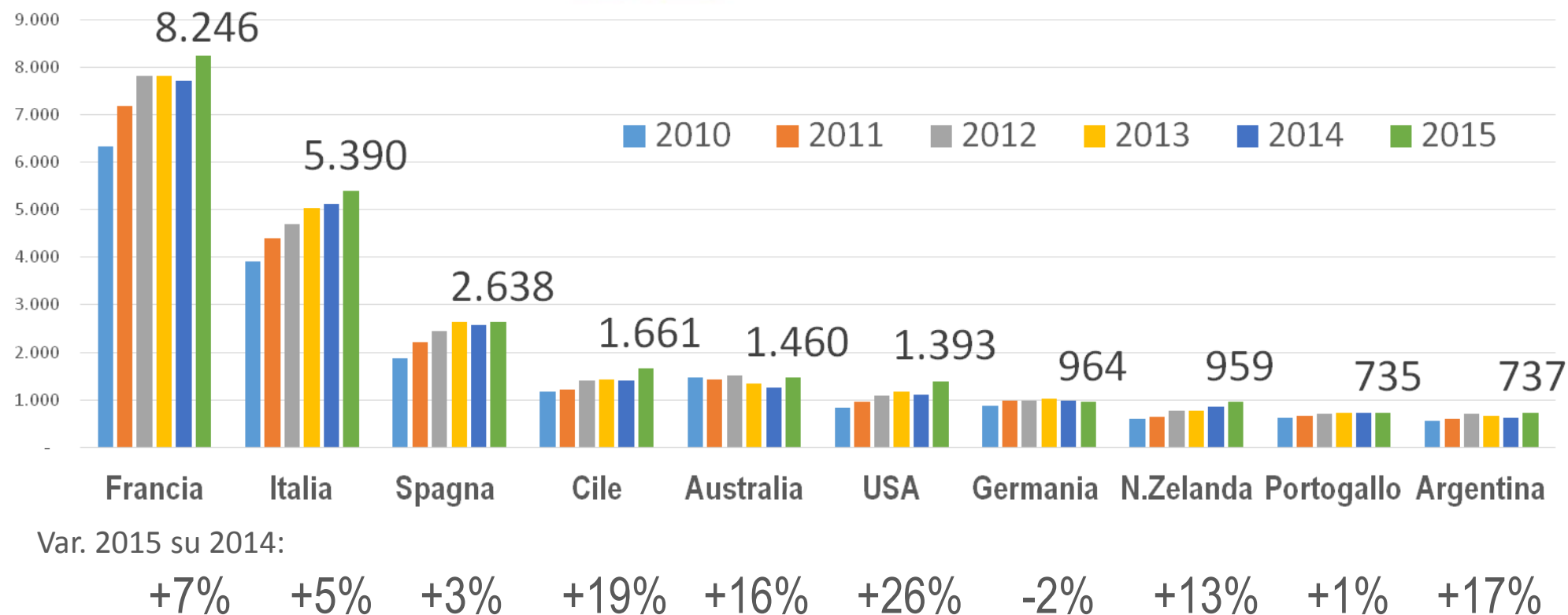
I principali Paesi Importatori (mio/euro)



UNIONE ITALIANA VINI

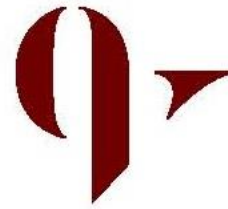
ISMEA SU DATI COMMISSIONI IHS-GTA

I principali Paesi Esportatori (mio/euro)



L'Italia nel contesto internazionale



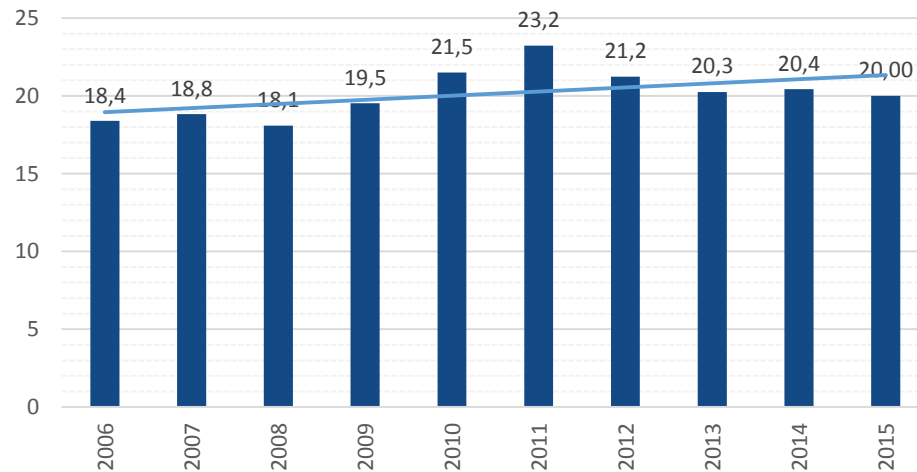


OSSERVATORIO
DEL VINO

I numeri dell'export italiano di vino

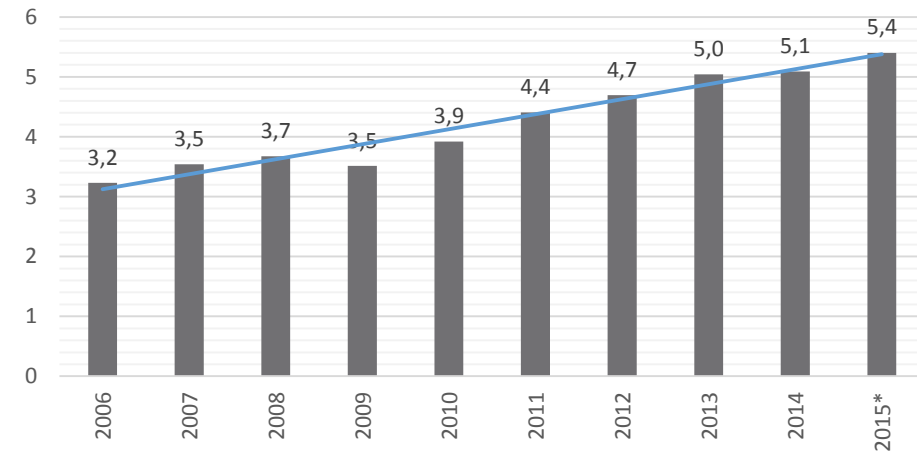
20,1 mln hl

ESPORTAZIONI DI VINI NEL 2015 (-1,8% vs 2014)



5,4 mld €

FATTURATO ALL'EXPORT 2015 (+5,4% vs 2014)



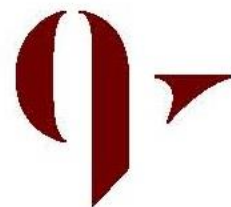
14,7%

QUOTA-VALORE EXPORT VINI SU TOTALE ESPORTAZIONI AGROALIMENTARI (36,8 miliardi di euro: +7,3)

ISMEA SU DATI ISTAT



UNIONE ITALIANA VINI



OSSERVATORIO
DEL VINO

Cosa esporta l'Italia



ISMEA SU DATI ISTAT



UNIONE ITALIANA VINI



La geografia delle esportazioni italiane

+80%

CRESCITA IN 10 ANNI VALORE EXPORT ITALIANO DI VINI
(+70% nella UE; +91% nei Paesi Terzi)

I PRIMI 5 SBOCCHI
COMMERCIALI

Stati Uniti
Germania
Regno Unito
Svizzera
Canada



Il posizionamento dell'Italia 2015



STATI UNITI
1° IN VOLUME 1° IN VALORE



GERMANIA
1° IN VOLUME 1° IN VALORE



SVIZZERA
1° IN VOLUME 1° IN VALORE



REGNO UNITO
1° IN VOLUME 2° IN VALORE



RUSSIA
3° IN VOLUME 1° IN VALORE



CANADA
2° IN VOLUME 3° IN VALORE



CINA
5° IN VOLUME 5° IN VALORE



L'export del vino italiano: debolezze e punti di forza



Punti di debolezza

...DELL'OFFERTA

- Elevata frammentazione degli operatori.
- Incapacità degli stessi di “fare sistema” (logistica, ecc.).
- Scarse alleanze produttive e commerciali con aziende estere.
- Mancanza di brand riconosciuti a livello internazionale.



Punti di debolezza

...DEL QUADRO NORMATIVO

- Insufficiente certezza normativa e regolamentare relativa all'attribuzione e all'utilizzo dei fondi OCM.
- Insufficiente coordinamento strategico ed istituzionale delle misure di promozione e internazionalizzazione di settore.



Punti di debolezza

...DEL QUADRO NORMATIVO

- I nuovi paesi produttori non stanno a guardare e intensificano gli accordi commerciali per il libero scambio (Trans Pacific Partnership tra 12 paesi dell'area, Free Trade Agreement tra Australia e Cina, gli accordi Cile-Cina e quello Cile-Brasile etc.).
- Difficoltà della UE a concludere accordi di libero scambio.



Punti di debolezza

...NEI MERCATI ESTERI

- Posizionamento dei vini italiani all'estero non sempre adeguato (eccessiva competizione sul prezzo).
- Difficoltà a comunicare efficacemente la grande diversità e varietà del vino Italiano (vitigni, territori, denominazioni).



Punti di debolezza

...NEI MERCATI ESTERI

Crescita dell'export italiano molto legata al fenomeno Prosecco, mentre uno sviluppo più intenso delle esportazioni avrebbe bisogno di più "protagonisti".



...DELL'OFFERTA

- Dalla vigna alla bottiglia, l'Italia del vino è vincente per la diversità, la qualità ed il legame con territori unici.
- Grande è l'appeal del made in Italy, della cultura e del patrimonio del Belpaese.



...DEL QUADRO NORMATIVO

- La legislazione comunitaria è sempre più orientata a promozione e investimenti che le aziende italiane sono in grado di far fruttare.
- Anche la UE stringe accordi con paesi Terzi per migliorare le opportunità di business (accordo CETA con il Canada e altri in corso di definizione).



...DEL QUADRO NORMATIVO

- Le DO italiane costituiscono una garanzia di qualità altamente controllata.
- Andiamo verso il Testo Unico del Vino che semplificherà gli adempimenti a carico delle aziende italiane, migliorandone la competitività.



...NEI MERCATI ESTERI

- L'Italia ha consolidate posizioni di vertice nei principali mercati internazionali.
- L'export italiano registra un trend crescente a valore e volumi sempre più spostati verso le produzioni di qualità.



...NEI MERCATI ESTERI

- Il trend è confermato anche nei primi 7 mesi del 2016, in particolare dalla domanda dei nostri vini a denominazione (+8% a valore e +4,5% a volume). In totale cresciamo dell'1% (nei primi 4 mesi era +4%)
- Si stima che nel 2016 si potrebbe chiudere con un nuovo record di 5,5 mld di euro di esportazioni.



In sintesi...

L'Italia vince le sfide della competizione internazionale quando riesce a fare sistema, ad innovare nella qualità e a comunicare la diversità.



“Grazie”

Antonio Rallo

