Wine Meridian

Read It, Taste It

Le rivoluzioni del mercato del vino: come decifrare il futuro

Lonigo, 9 gennaio 2020

Benvenuti nell’era dell’incertezza

Bisogna però essere consapevoli che…

Nel 2007 il valore del mercato del vino a livello mondiale era di circa 142 miliardi di dollari...

Nel 2018 ha superato i 192 miliardi di dollari...

Nel 2022 (secondo le previsioni di IWSR) supererà i 207 miliardi di dollari

L’export del vino italiano nel 2019 dovrebbe aver superato i 22 milioni di ettolitri per un introito di 6,5 miliardi di euro

L’export totale in valore verso i Paesi terzi (2,32 miliardi di euro) supera quello verso la Ue (2,29 miliardi di euro), qualora questa tendenza fosse confermata su tutto il 2019, sarebbe un sorpasso mai avvenuto prima

Ottima crescita dei vini DOP

Ottima progressione dei vini DOP (DOC e DOCG) soprattutto fermi (+13,7 a volume e 8,7 a valore), compensando così la riduzione registrata nel segmento delle IGP. Questo trasferimento è dovuto in larga parte al consolidamento sul mercato del Pinot grigio Delle Venezie Dop.

GRANDE CALO DELLE IGP

Le Igp hanno mostrato una decisa battuta d'arresto sia nei vini fermi in bottiglia (-8% a volume e -5% a valore) e negli sfusi (-9% a volume e -13% a valore), mentre hanno messo a segno una performance particolarmente positiva nei bag in box (+13% a volume e +12% a valore)

LE BOLLICINE “RALLENTANO”

Gli spumanti grazie alla forza trainante del Prosecco (+24% a volume e +18,4% a valore con 743 milioni di euro di introiti) confermano la loro espansione (+8,9% a volume e +5,2% a valore) ma a ritmi più modesti rispetto alle percentuali a doppia cifra cui eravamo abituati.

IL RITORNO DELLO SFUSO “RINNOVATO

La maggiore crescita percentuale ha coinvolto i vini comuni da tavola e varietali per lo più sfusi. I vini comuni hanno registrato una progressione volume del 22% (3,6 milioni di ettolitri) accompagnata però da una lieve flessione in valore (-1,1%), dovuta alla decisa riduzione dei listini alla produzione (-27%)

GRANDE CRESCITA DEI VINI VARIETALI

I vini varietali pur registrando vendite molto inferiori rispetto a DOP e IGP nei primi 9 mesi del 2019 hanno avuto un impennata eccezionale in volume (+97,2%) ed un crescita più contenuta ma comunque notevole in valore (+12,4%).

MA IN SOSTANZA COSA STA SUCCEDENDO?

Va considerata definitivamente chiusa l’era delle tendenze dominanti.
Il mercato del vino è sempre più “LAICO”

Ma attenzione però…

Con tutto il rumore e l'entusiasmo per le nuove regioni e varietà, il mondo, ancora oggi, beve in gran parte vino proveniente da Francia, Italia e Spagna e varietà che hanno familiarità con la generazione dei boomer: Cabernet Sauvignon, Merlot, Chardonnay, Pinot Grigio.

Prosegue il processo di Premiumisation

Si prevede una diminuzione nel 2020 dei consumi di vino in volume a vantaggio però di un aumento del valore

Sostenibilità e responsabilità saranno sottoposte ad un esame più critico

La confusione sull’argomento c’è ancora ed è dettata da varie motivazioni. Ad esempio, non esiste un'unica definizione accettata di vino biologico, né un libro di regole universali su "Biodinamico" o "Naturale".
La parola "sostenibile" può indicare una serie di virtù e nascondere parecchi peccati. I consumatori vogliono credere nel biologico, ma se la faccenda diventa complessa, di difficile comprensione, si orienteranno verso altri lidi.

Il vino CBD inizierà ad apparire più frequentemente sugli scaffali nei Paesi in cui è legale

Nemmeno nel 2020 arriverà l'accettazione generalizzata del vino a base di cannabis (o di qualsiasi altra bevanda a base di cannabis) ma si prevede che altri esempi inizieranno ad apparire sugli scaffali nei prossimi 12 mesi.

Sostenibilità e responsabilità saranno sottoposte ad un esame più critico

La confusione sull’argomento c’è ancora ed è dettata da varie motivazioni. Ad esempio, non esiste un'unica definizione accettata di vino biologico, né un libro di regole universali su "Biodinamico" o "Naturale".
La parola "sostenibile" può indicare una serie di virtù e nascondere parecchi peccati. I consumatori vogliono credere nel biologico, ma se la faccenda diventa complessa, di difficile comprensione, si orienteranno verso altri lidi.

Sostenibilità e responsabilità saranno sottoposte ad un esame più critico

La confusione sull’argomento c’è ancora ed è dettata da varie motivazioni. Ad esempio, non esiste un'unica definizione accettata di vino biologico, né un libro di regole universali su "Biodinamico" o "Naturale".
La parola "sostenibile" può indicare una serie di virtù e nascondere parecchi peccati. I consumatori vogliono credere nel biologico, ma se la faccenda diventa complessa, di difficile comprensione, si orienteranno verso altri lidi.

IL PACKAGING SARA' SEMPRE PIU' STRATEGICO

Sempre più aziende dovranno investire in imballaggi visivamente accattivanti e formati diversi

La domanda da porsi, quindi, è: chi sarà vincente anche nel prossimo futuro?

Chi riuscirà a rendersi RICONOSCIBILE

Sono tanti i fattori che determinano la RICONOSCIBILITA’ di un’azienda, di un brand di un prodotto....

I fattori attuali di riconoscibilità

- Identità della struttura produttiva (es. piccola realtà familiare artigiana vs industria)
- Brand aziendale (con i relativi valori legati alla storia, alla famiglia, al produttore, ecc.)
- Ai prodotti (riconoscibili in maniera autentica e trasparente rispetto al territorio di produzione, al vitigno, allo stile del produttore)
- Ai processi produttivi (biologico, biodinamico, ecc.)
- Alle tecniche produttive (sistemi impianto, sistemi di vinificazione, ecc.)
- Ai valori condivisi della denominazione di origine (da sola di per sé la denominazione oggi, purtroppo anche a causa di deviazioni rispetto allo spirito “originario”, ha perso e sta perdendo valore in termini di garanzia di riconoscibilità e autenticità)

Il mondo è realmente cambiato

A livello mondiale (e italiano) ci sono tendenze molto diverse tra loro.
Stiamo vivendo un momento estremamente fluido, tipico dei periodi che seguono una crisi.
Non esiste una tendenza dominante.

Nel vino di qualità convivono dunque varie tendenze:

- gusto internazionale (quello dominante fino al 2002/2003)
- originalità tout-court
- tipicità territoriale (riaggiornata rispetto al passato)
- leggerezza e bevibilità
- naturalità

L’autenticità è la chiave trasversale

- **L’autenticità** è stata inserita al primo posto in tutti i principali Osservatori economici e sociali a livello mondiale

I consumatori sono oggi più liberi e “anarchici”

Non c’è più esclusività sulle tipologie
di bevande alcoliche
(solo vino, solo birra, solo spirits)

Nuovi fenomeni di consumo (White Claws) e di packaging (lattina)

Gli imprenditori e manager del vino dovranno essere inevitabilmente multidisciplinari

BUONA FORTUNA
E BUON 2020