

IL VINO ITALIANO NEL MONDO

Prospettive culturali, economiche e giuridiche

DAVIDE GAETA

Dipartimento di Management
Università degli studi di Verona

Vinitaly - mercoledì 09 aprile 2025



ACCADEMIA ITALIANA
DELLA VITE E DEL VINO



UNIVERSITÀ
di **VERONA**

Dipartimento
di **MANAGEMENT**

Ricerca, innovazione e formazione per accompagnare le imprese di domani

VARIABILI DELLA DOMANDA

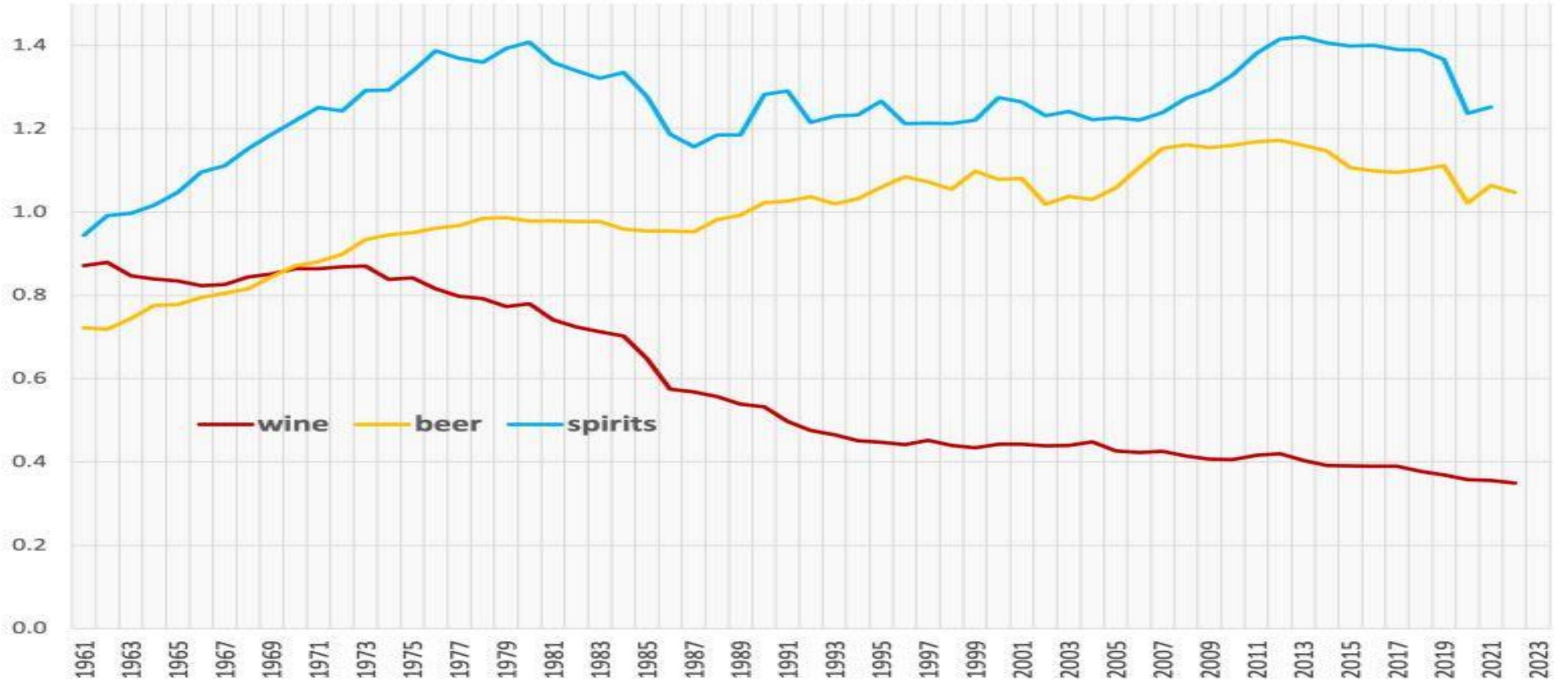
- **Evoluzione delle scelte di consumo:** I consumatori cercano maggiore trasparenza, convenienza e mostrano crescente attenzione per la salute. Il tutto si traduce in esperienze di consumo più consapevoli e “ragionate”.
- **Influenza delle generazioni più giovani:** Millennials e Gen Z stanno spingendo l’accelerazione nella crescita delle quote di mercato di bevande –alcoliche e non–alternative, tra cui prodotti ready-to-drink e fermentati. Il set d’offerta beverage non è mai stato così articolato e complesso;

- preoccupa il rischio di una **disaffezione al consumo** per l'economia di aziende e della filiera vino. Al contempo cresce o **rimane stabile il consumo di spirits**: un'apparente contraddizione (vedi grafico)
- **recente effetto sanzioni**: l'inasprimento delle sanzioni per chi si mette alla guida con un tasso alcolico maggiore di 0,5 mg determina una (temporanea?) riduzione del consumo nella ristorazione ed ho.re.ca
- Cresce il **turismo del vino come esperienza** anziché come occasione di consumo.

Global Per Capita Wine, Beer, and Spirits Consumption, 1961-2022

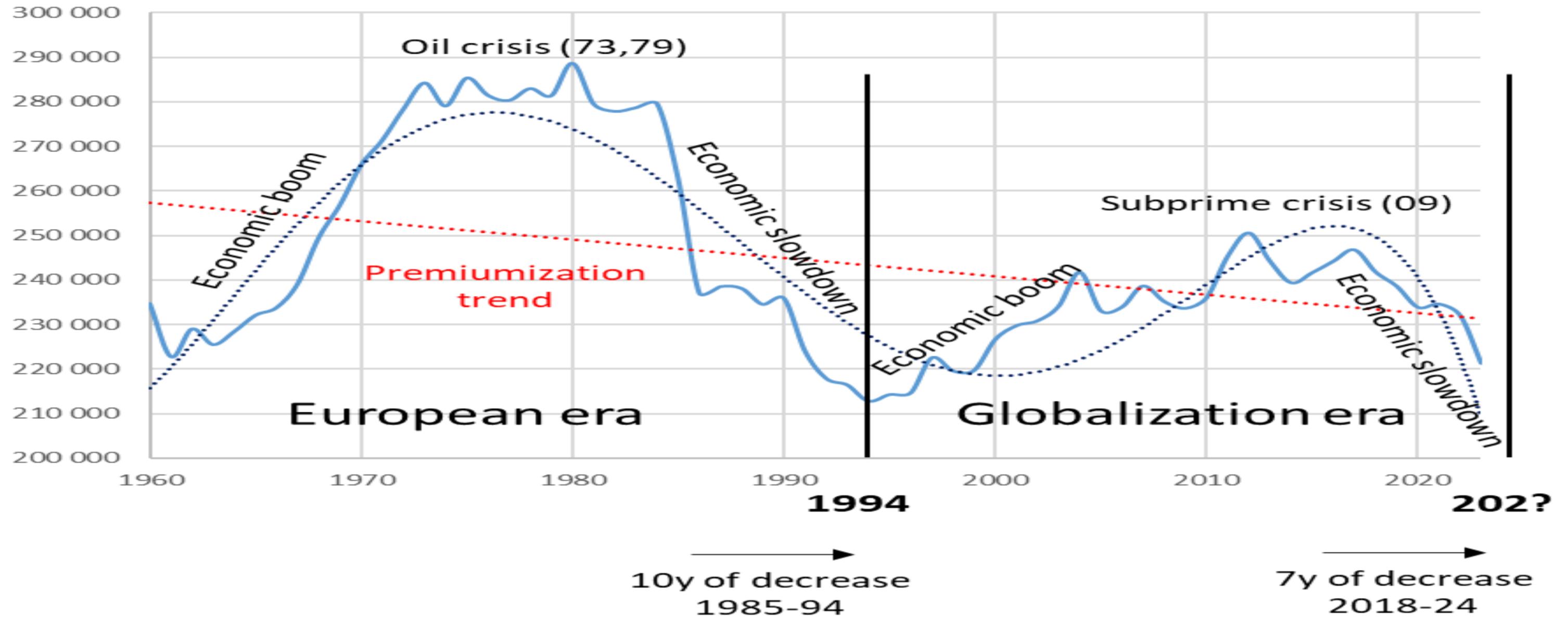
in liters of pure alcohol; Source: Anderson, K. and Pinilla, V. (2023).

Annual Database of Global Wine Markets, 1835 to 2022



Ciclicità dei consumi:

- Assistiamo ad un nuovo ciclo di consumi, di minore ampiezza e dimensione rispetto al precedente, con caratteristiche diverse ed una maggiore domanda di prossimità, che potrebbe riprendersi nel 2027/2028? (vedi grafico):
- Le diversità culturali, sociali ed etniche, specie nei grandi centri urbani, anticipano alcune dinamiche che vedremo in atto in tutto il mondo; oltre il 57% degli adulti negli USA non consuma vino anche a causa di motivazioni religiose, etniche o culturali;



VARIABILI DELLE ESPORTAZIONI

Il caso Cina:

da gennaio a ottobre 2024, le esportazioni di vino dell'UE verso la Cina continentale sono state pari a 456 milioni di euro, in calo del **12,48%** rispetto allo stesso periodo del 2023.

La Francia, 300 milioni di euro, **-13,57%** su base annua.

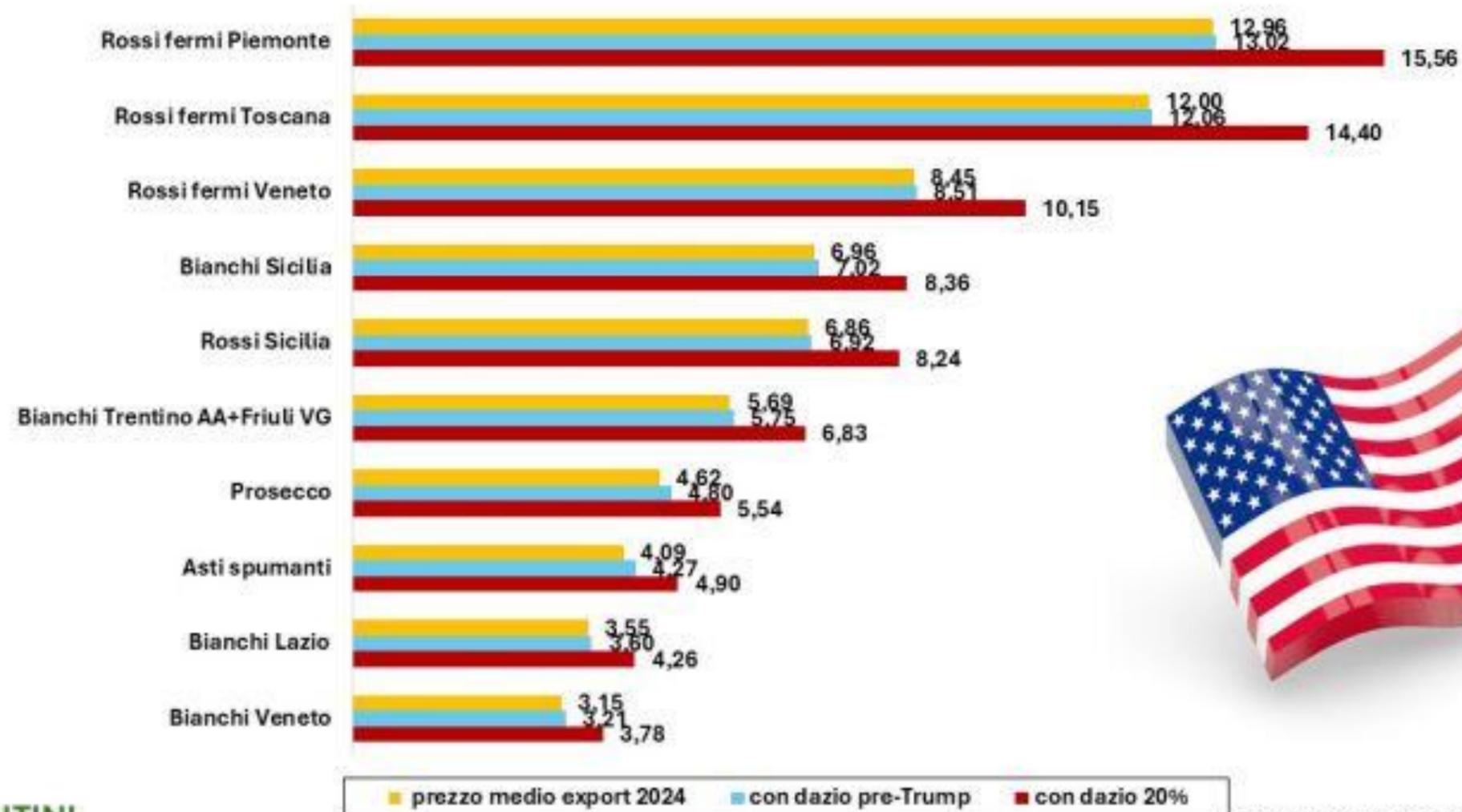
L'Italia: 72,91 milioni di euro, **- 8,53%**,

La Spagna: 43,96 milioni di euro, **- 15,70%**

IL CASO U.S.A.



COME CAMBIANO I PREZZI MEDI ALL'EXPORT NEGLI USA DEI VINI DOP ITALIANI CON I DAZI DI TRUMP



DENIS PANTINI

Fonte: Nomisma Wine Monitor su dati doganali



UNIVERSITÀ
di VERONA

Dipartimento
di MANAGEMENT

Value of U.S. Wine Imports, 1992-2024

in million US\$; Source: Bureau of Census



LE VARIABILI ECONOMICHE: PREZZI - COSTI - MARGINI

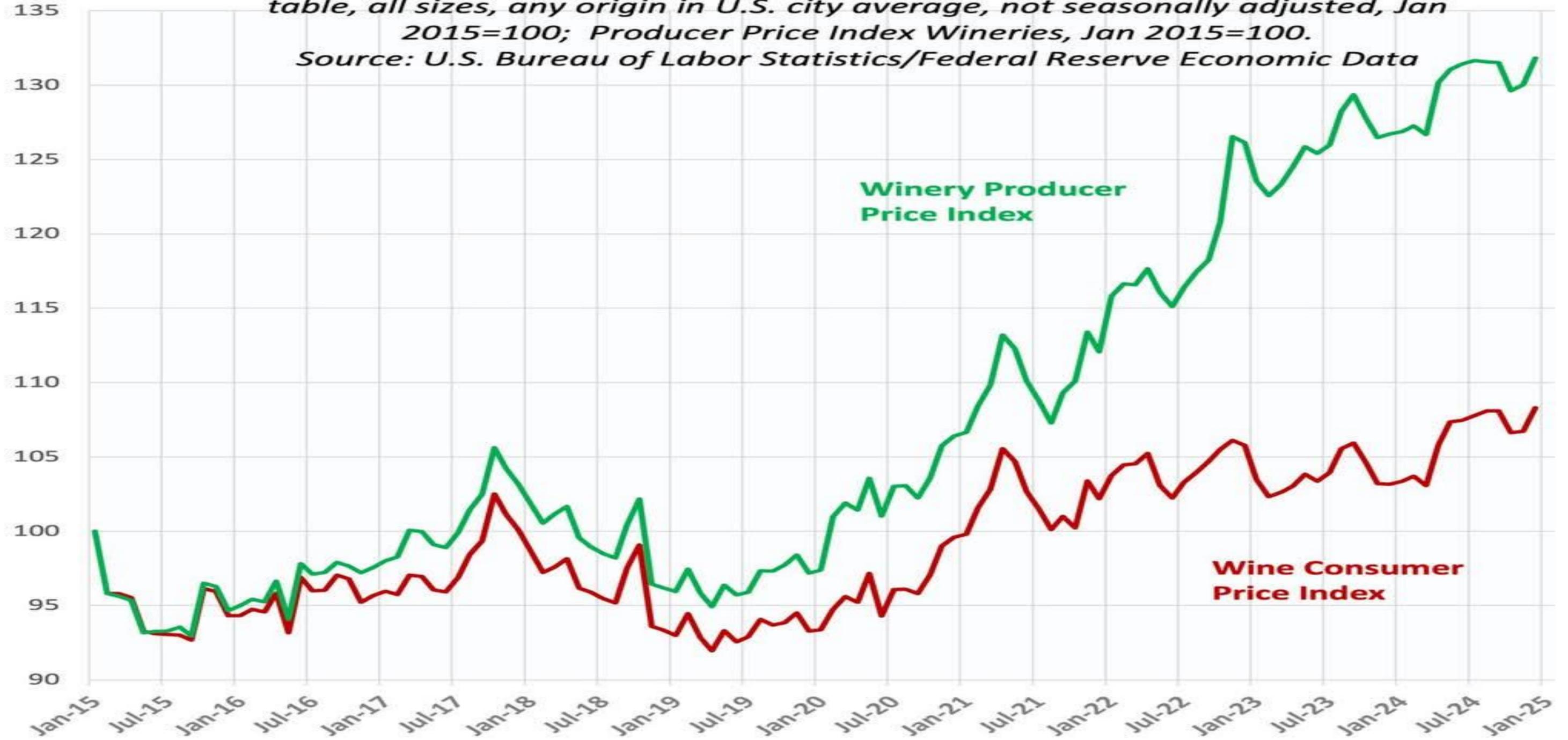
l'incremento dei costi e riduzione dei margini determinato:

- **dall'inflazione,**
- dal contesto internazionale variabile, (dazi e sanzioni)
- dall'aumento dei costi dei consumi intermedi (tappi, bottiglie, imballaggi, fertilizzanti etc.)
- dai trasporti nazionali ed internazionali
- dai costi commerciali e di intermediazione
- Dai costi di servizi e terziario
- Dai costi per energia: per l'Italia il prezzo dell'elettricità all'ingrosso nel 2024 è stato in media l'87% in più rispetto alla Francia, il 70% in più rispetto alla Spagna e il 37% in più rispetto alla Germania.

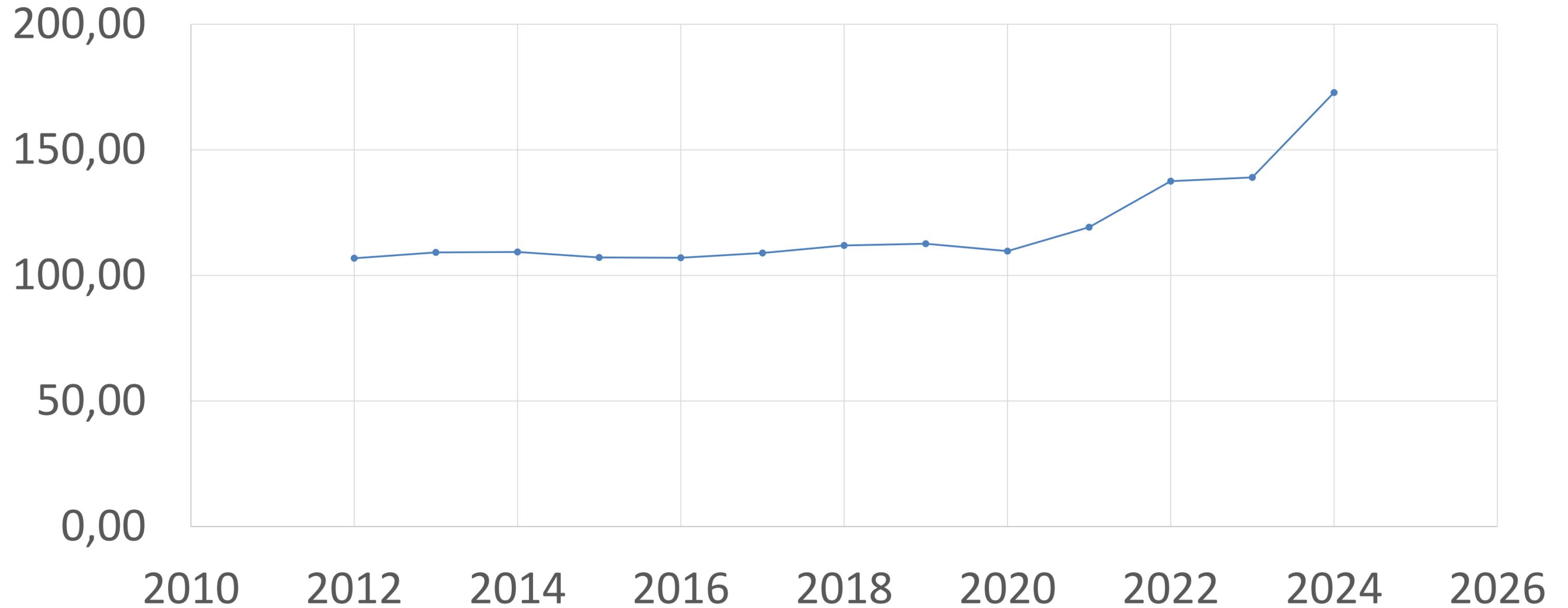
Consumer and Producer Wine Price Index in the U.S. Jan 2015 - Dec 2024

Wine Consumer Price Index (Wine CPI): average price: wine, red and white table, all sizes, any origin in U.S. city average, not seasonally adjusted, Jan 2015=100; Producer Price Index Wineries, Jan 2015=100.

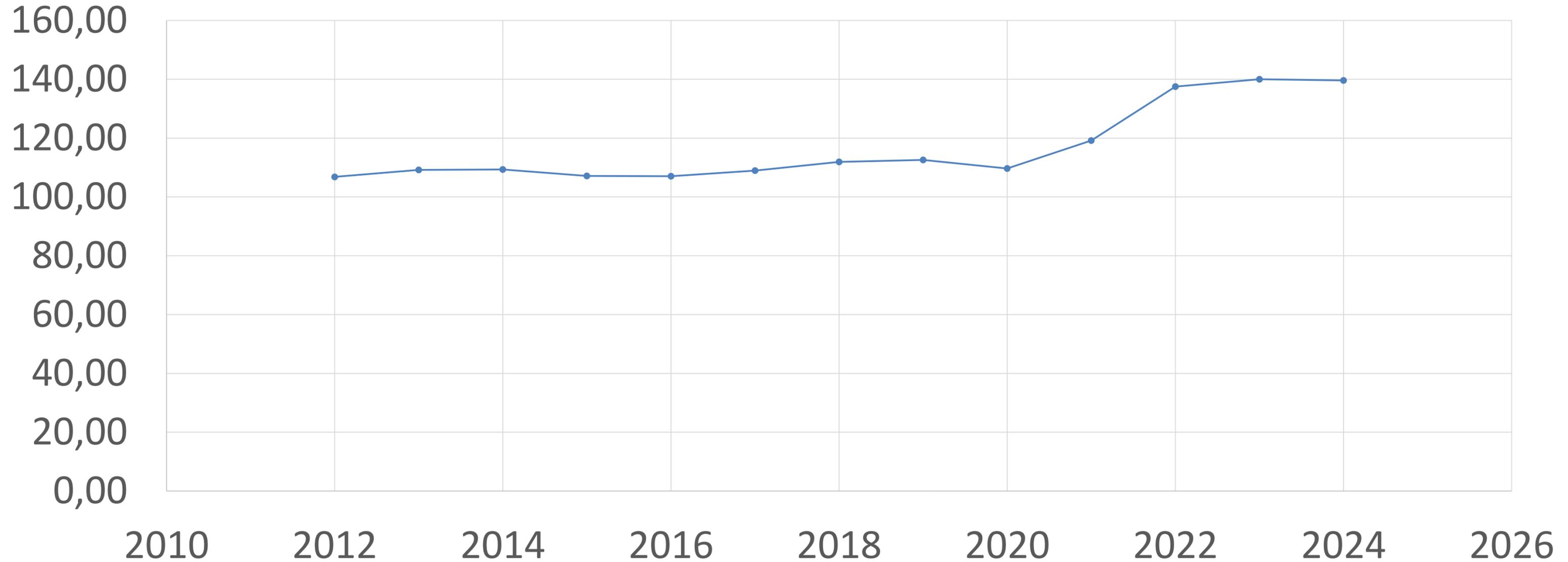
Source: U.S. Bureau of Labor Statistics/Federal Reserve Economic Data



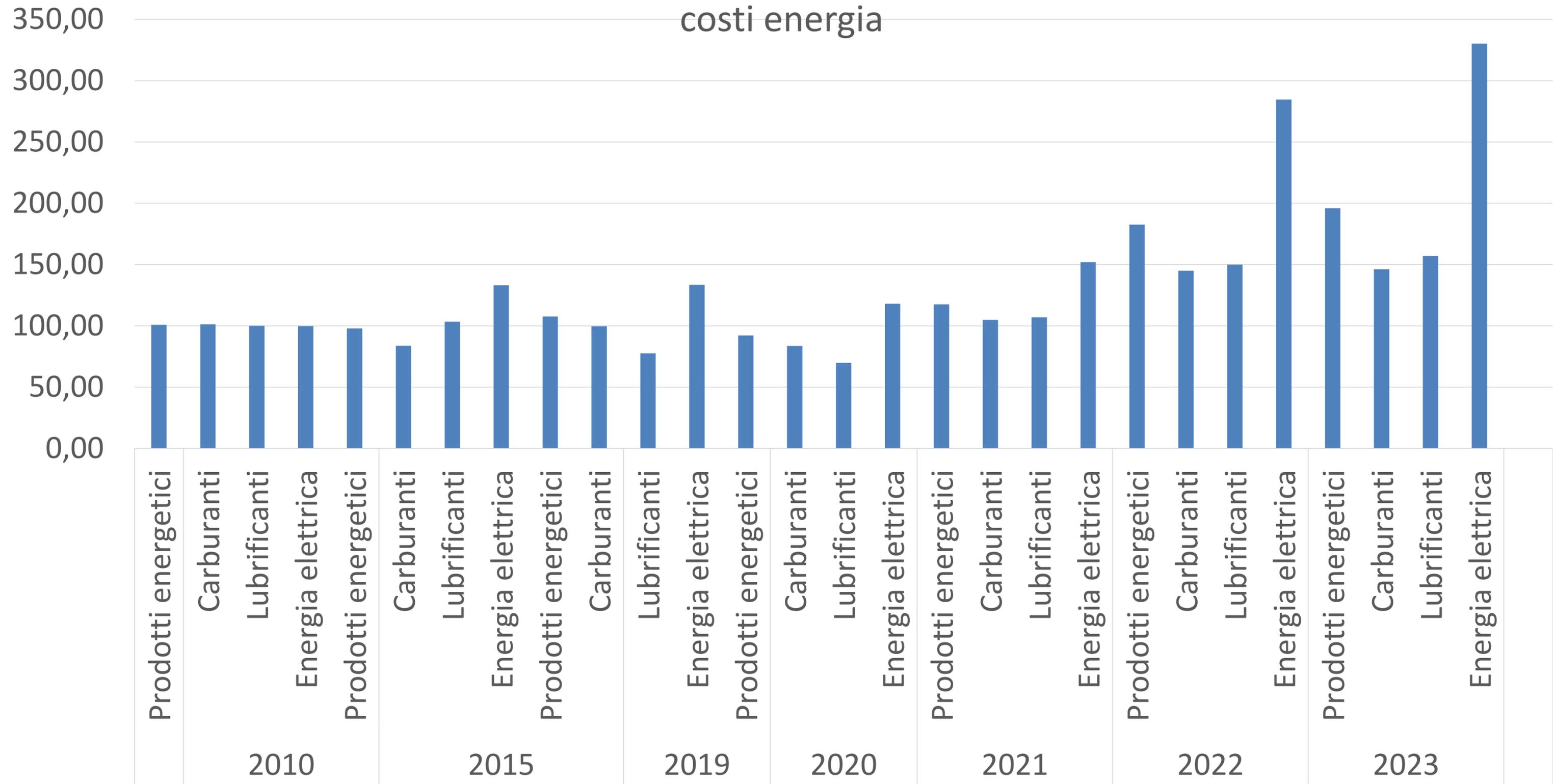
Prezzi alla produzione Italia



prezzi al consumo dicembre



costi energia



Prezzi alla produzione di beni industriali utilizzati nella filiera del vino.

Var. % gennaio 2021-gennaio 2022

Prodotti dell'industria	Var. %
Sughero	9,0
Imballaggi in legno	23,5
Imballaggi in carta	24,7
Carta e cartone	30,2
Prodotti in vetro	8,5
Fonte: elaborazione Censis su dati Istat	

Grazie per la vostra attenzione!



*Ricerca, innovazione e
formazione
per accompagnare le
imprese di domani*



UNIVERSITÀ
di **VERONA**

Dipartimento
di **MANAGEMENT**