

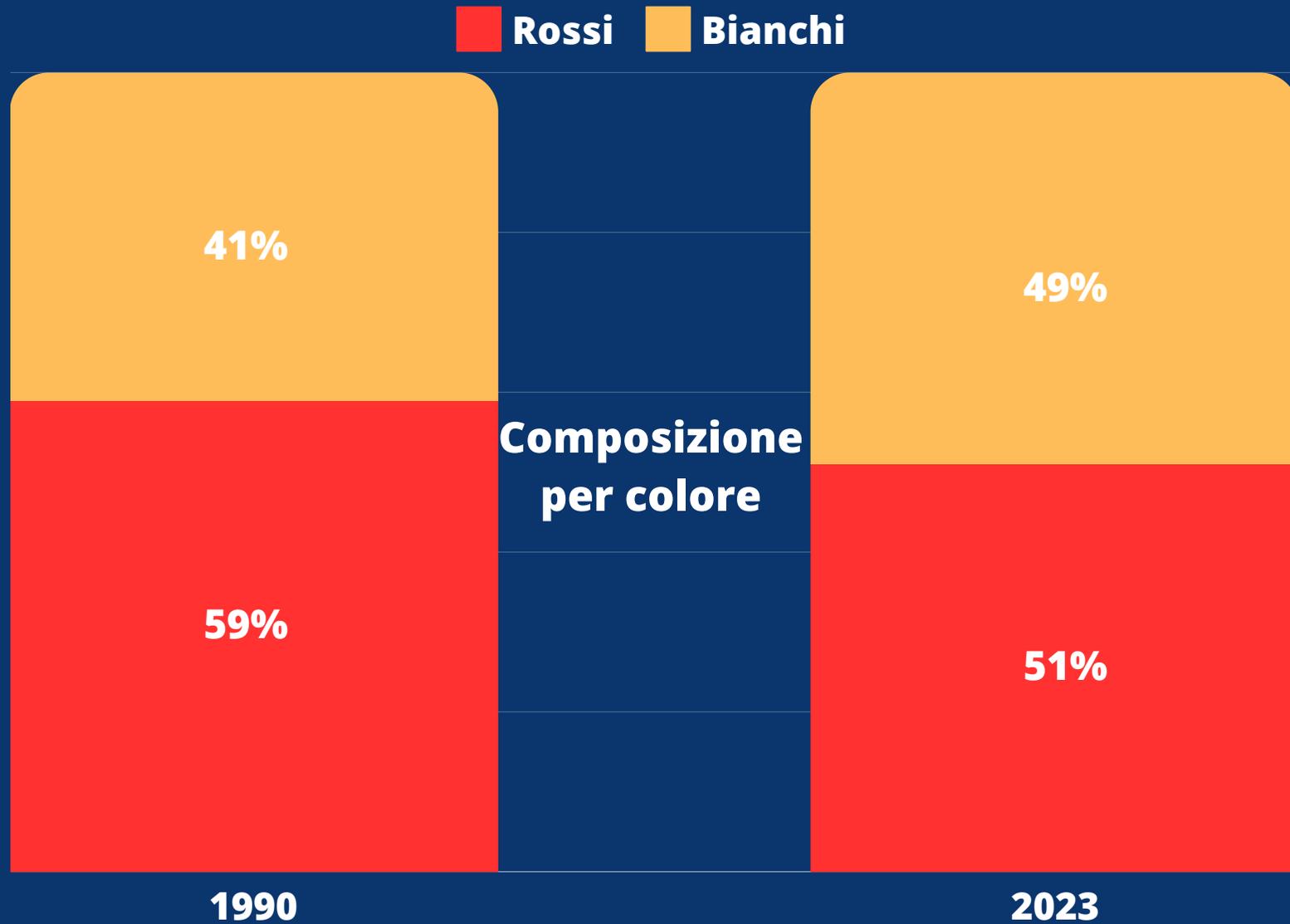
# **Situazione attuale e prospettive del settore vitivinicolo italiano**

**Lamberto Frescobaldi**  
*Presidente di Unione Italiana Vini*

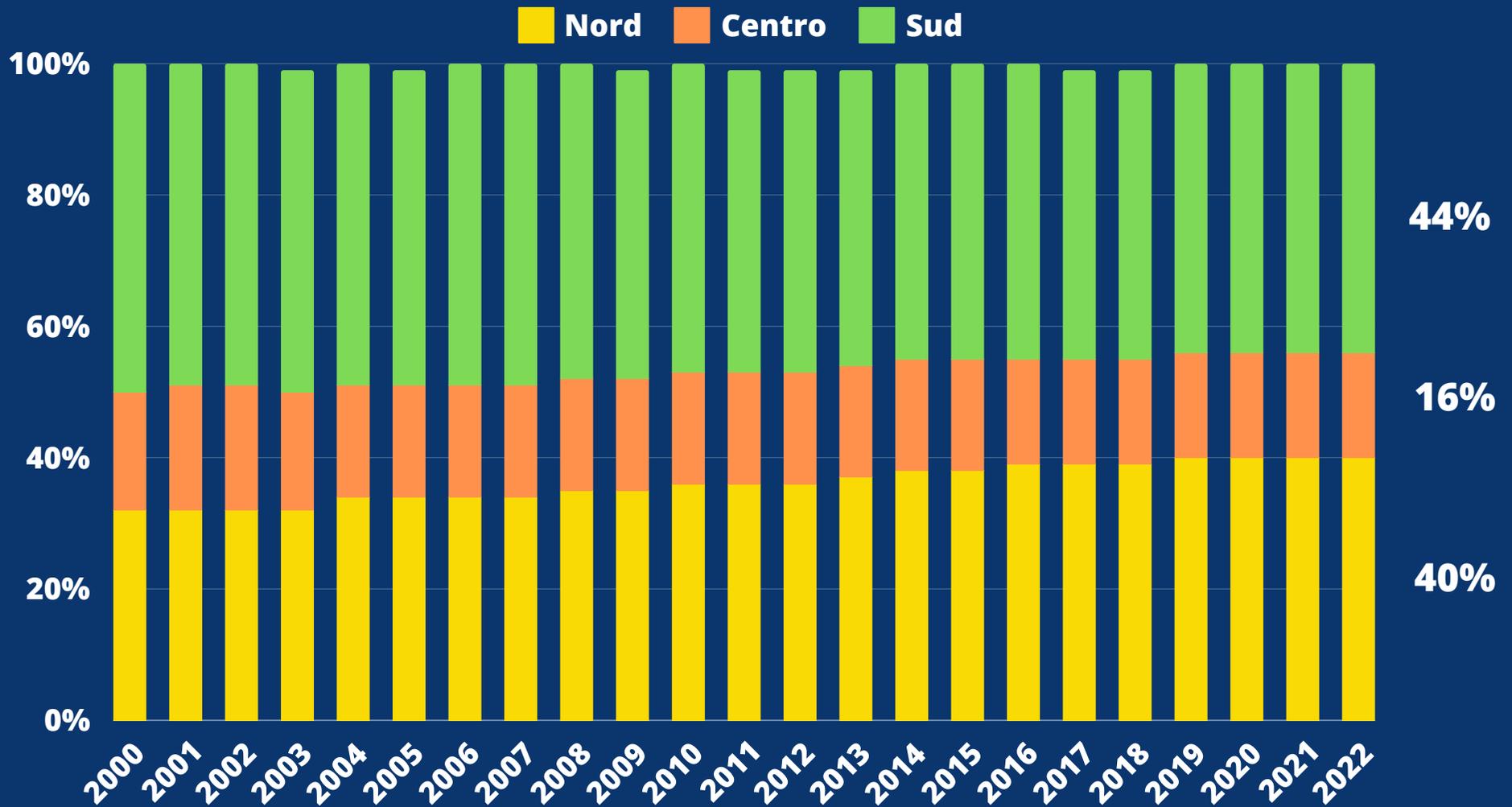
# **Parte prima**

## **I grandi cambiamenti Dal vigneto allo scaffale**

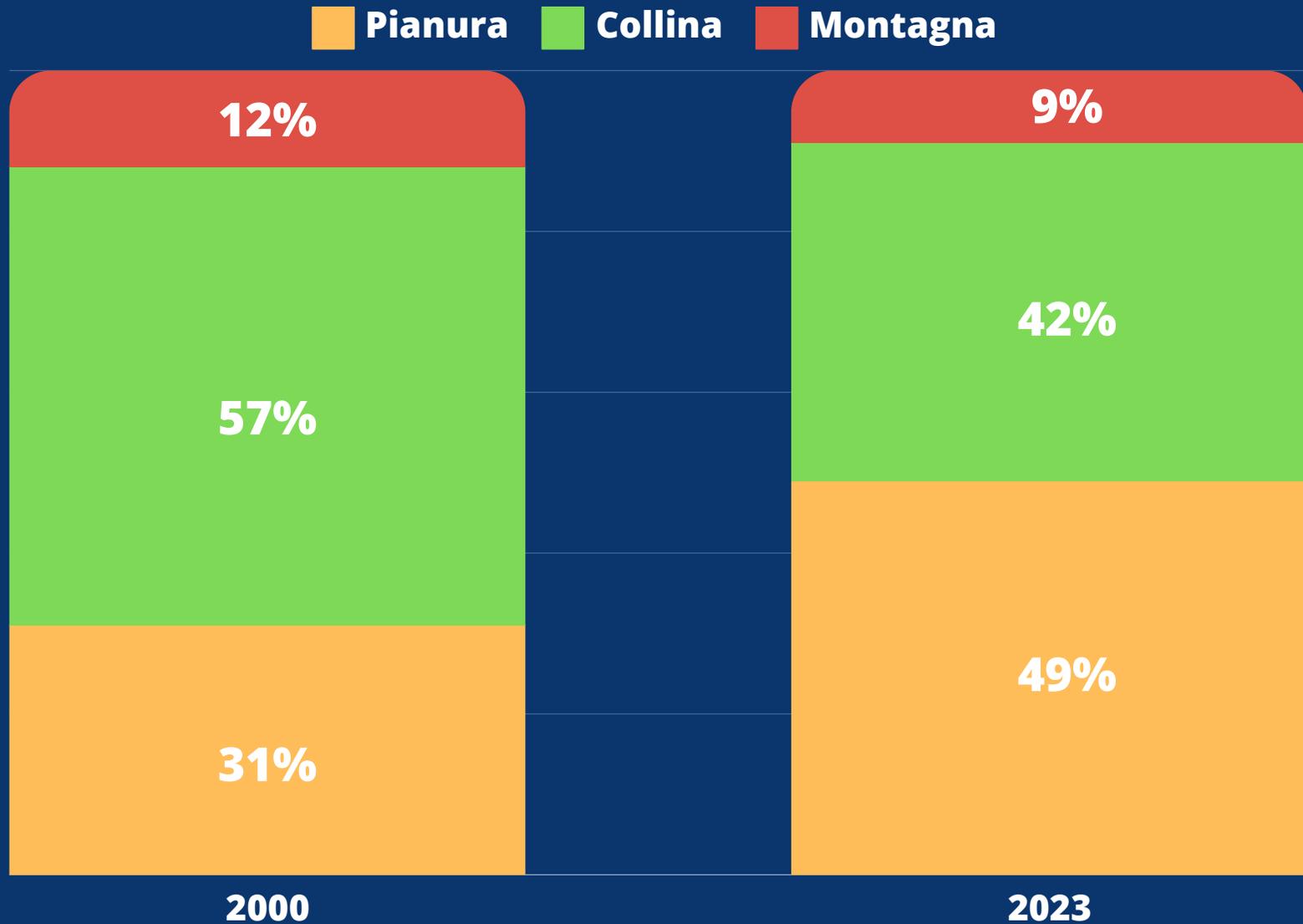
# Il cambio di pelle in vigneto



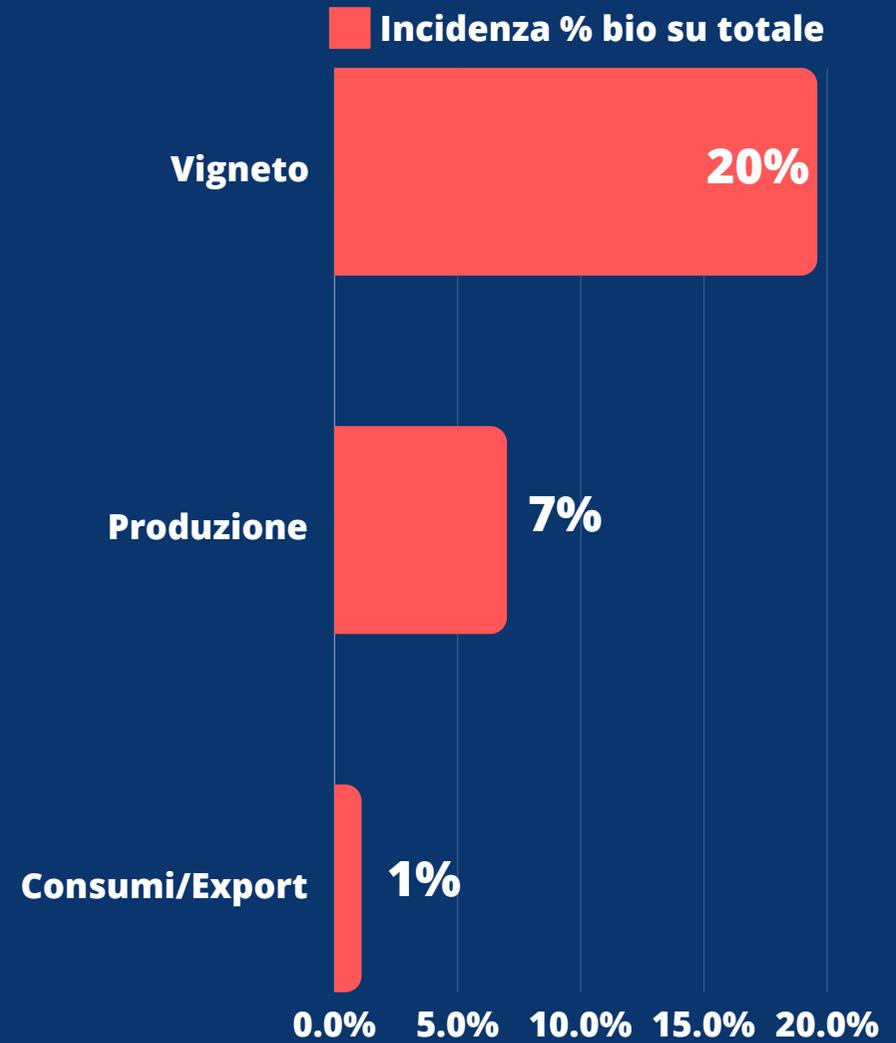
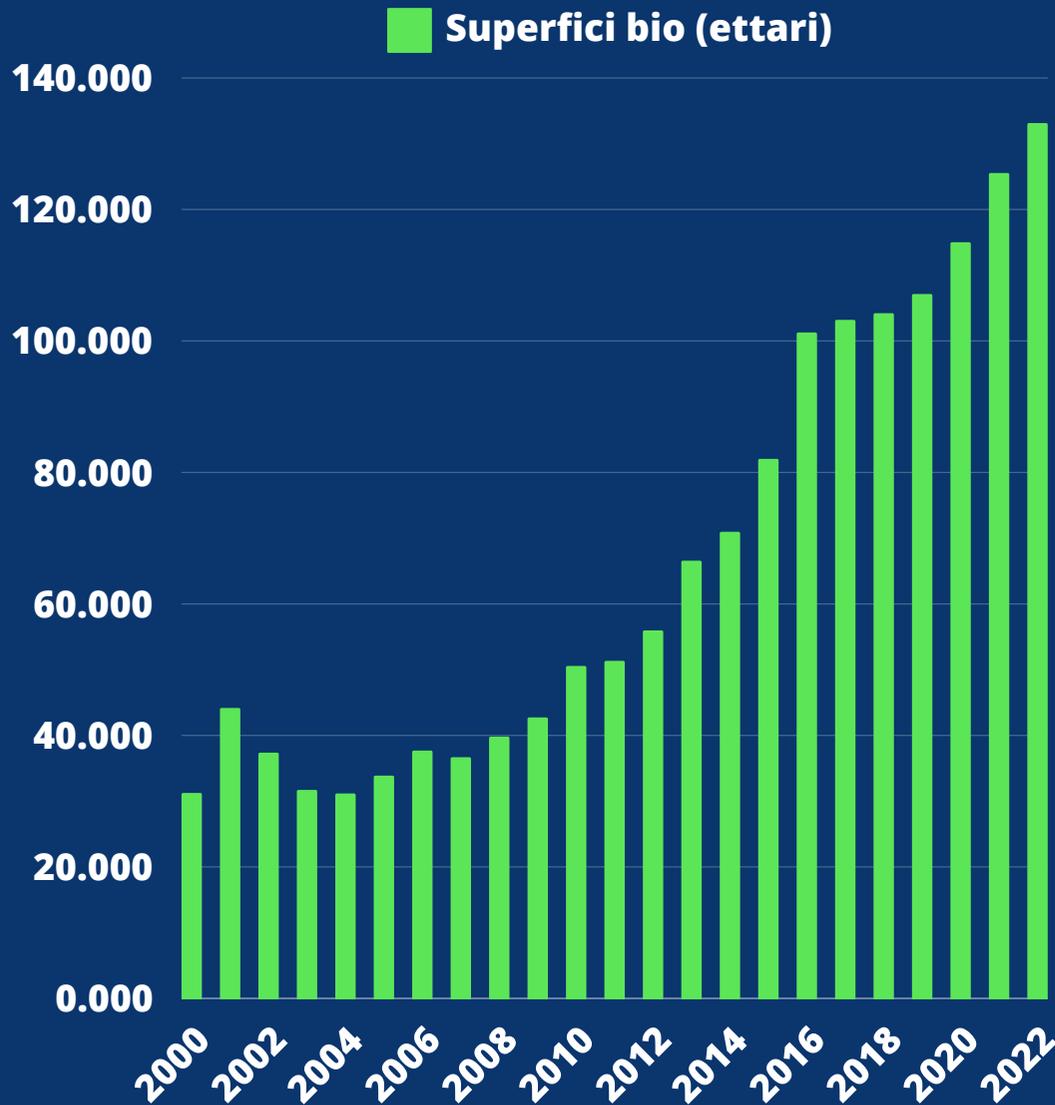
# La migrazione dei vigneti verso Nord...



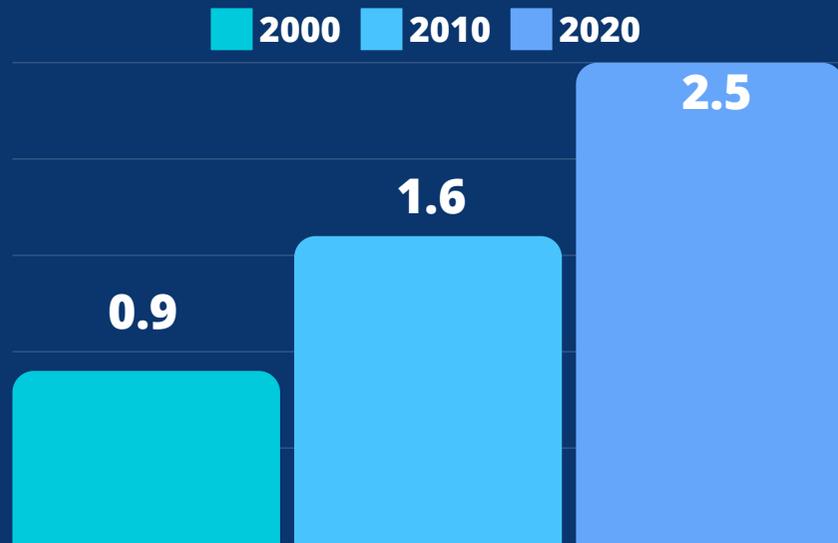
# ... e la discesa verso la pianura



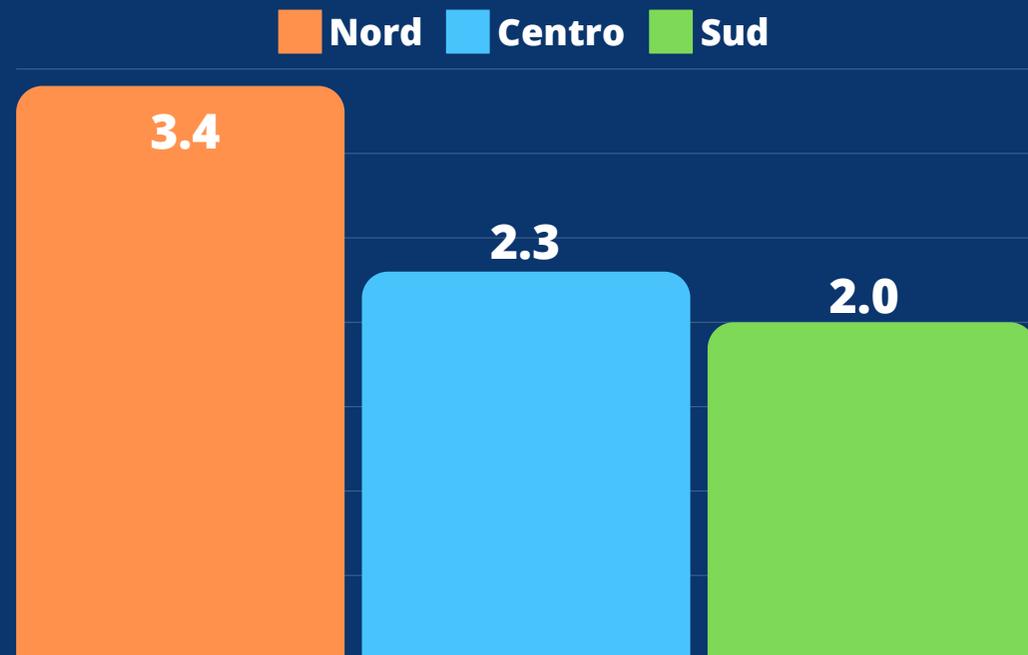
# Il biologico? C'è, ma si vede ancora poco



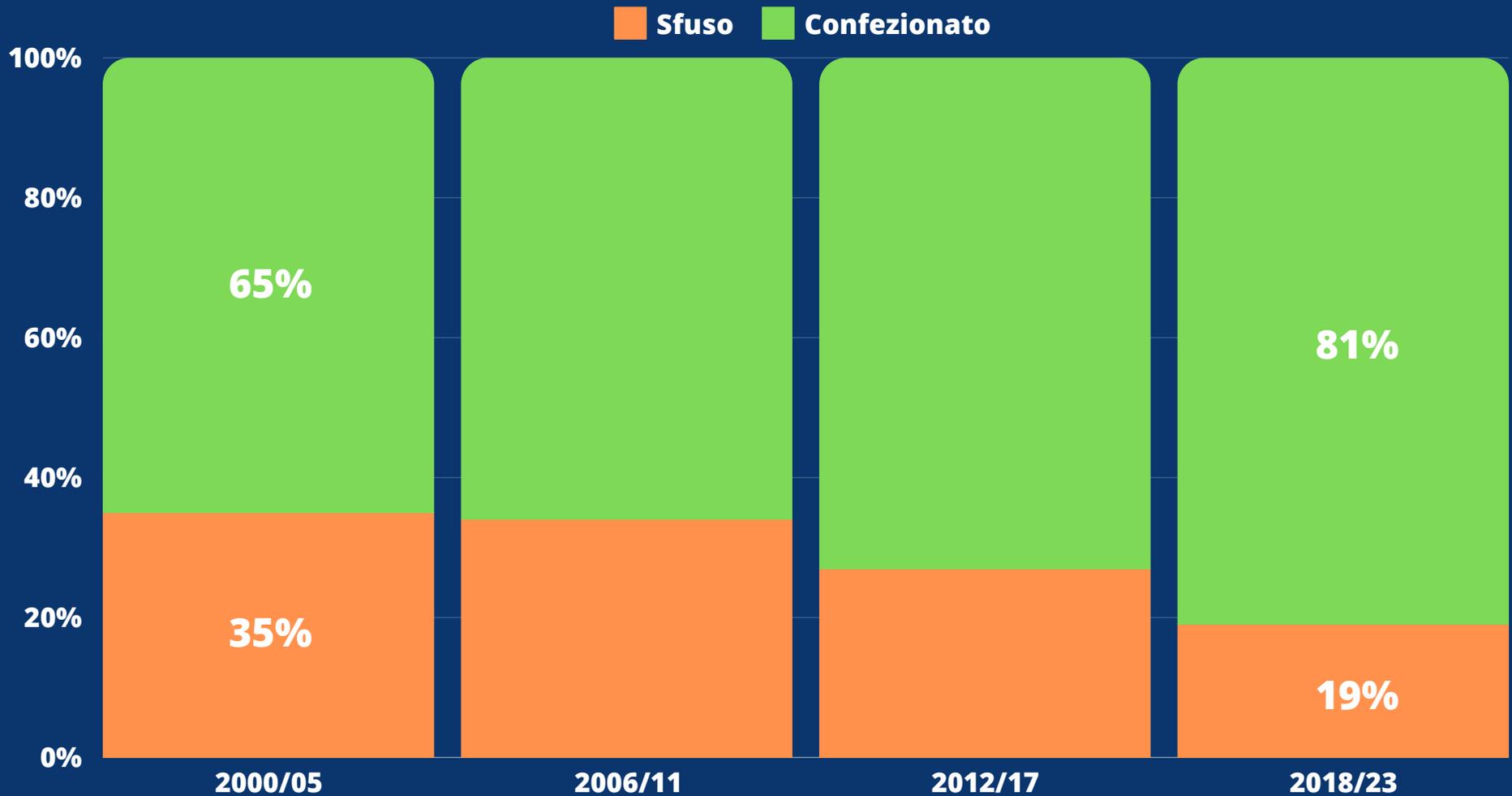
# Aziende (un po') più grandi



Ettrato medio  
per azienda  
*Censimento Agricoltura Istat 2021*



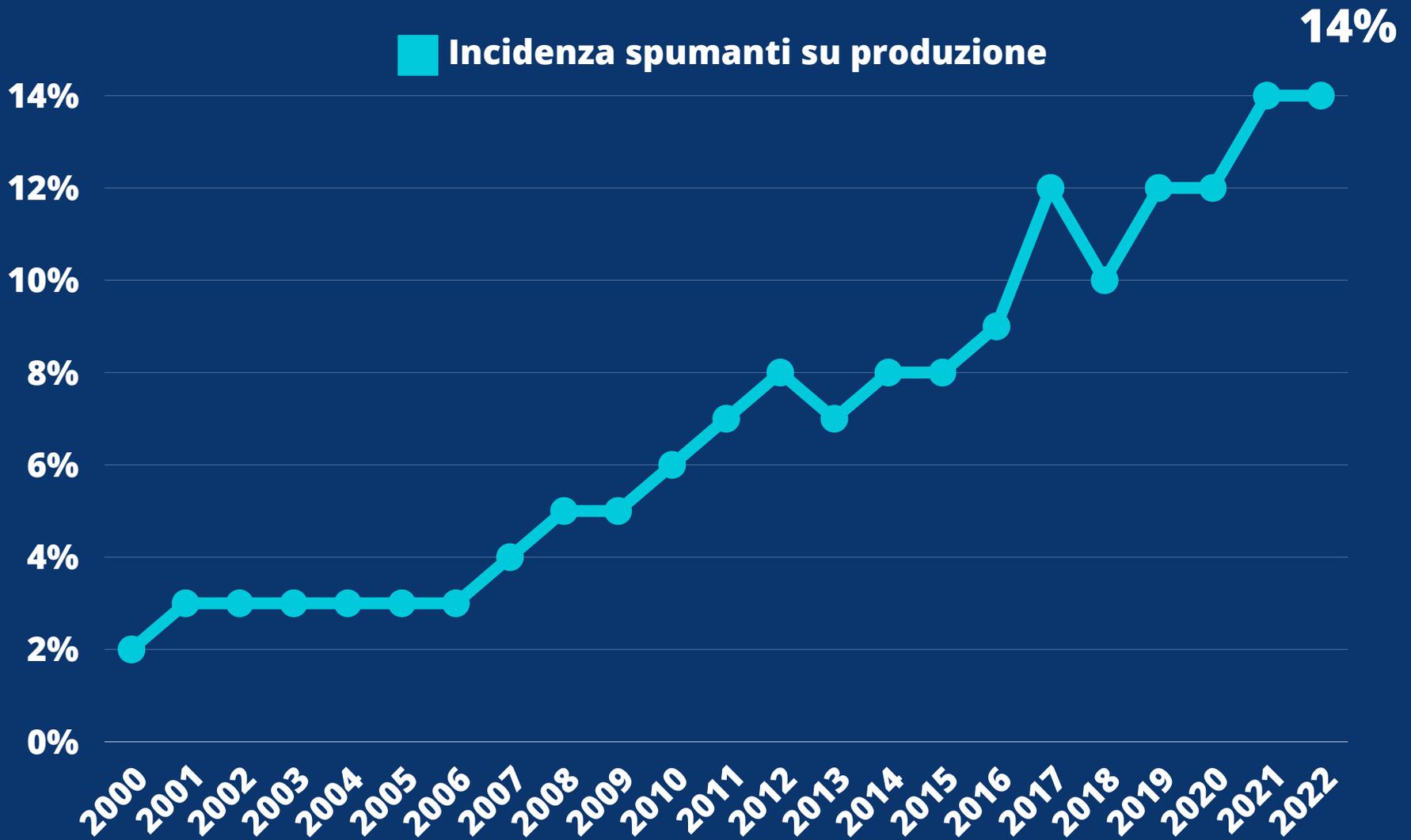
# Un export sempre meno conto terzi



# **Parte seconda**

## **Il nuovo volto dell'Italia**

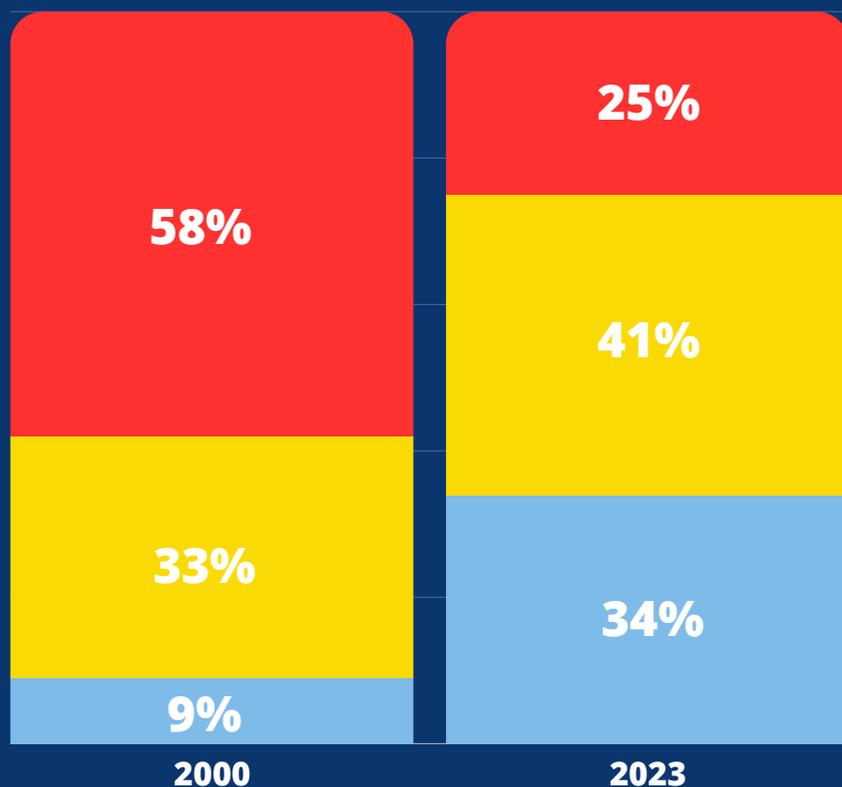
# Italia Sparkling Country



# Dal rosso alle bollicine

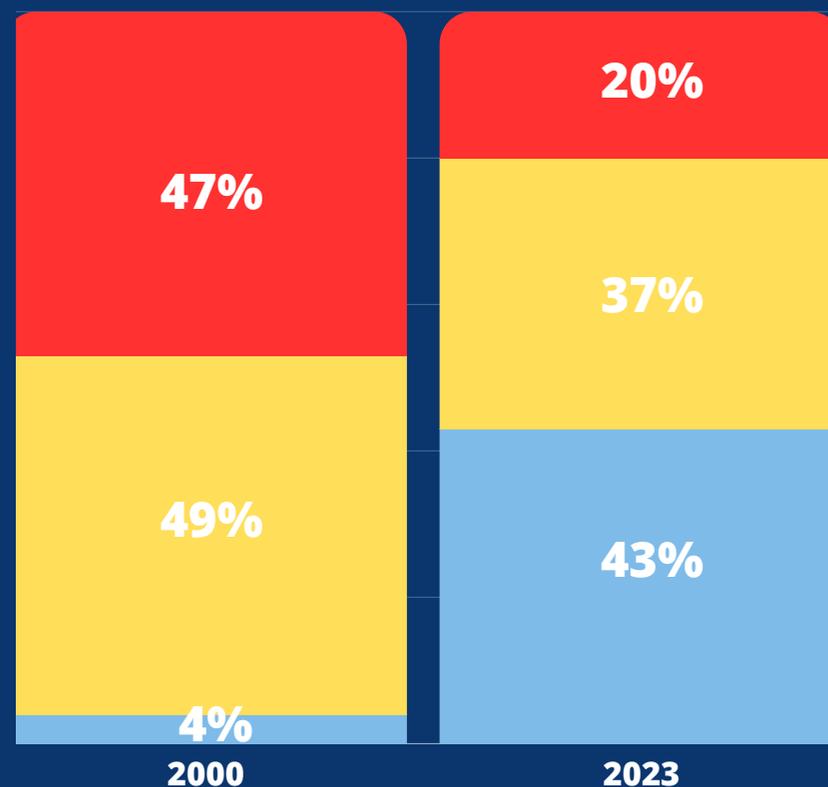
## Export verso USA

Spumanti Bianchi Rossi

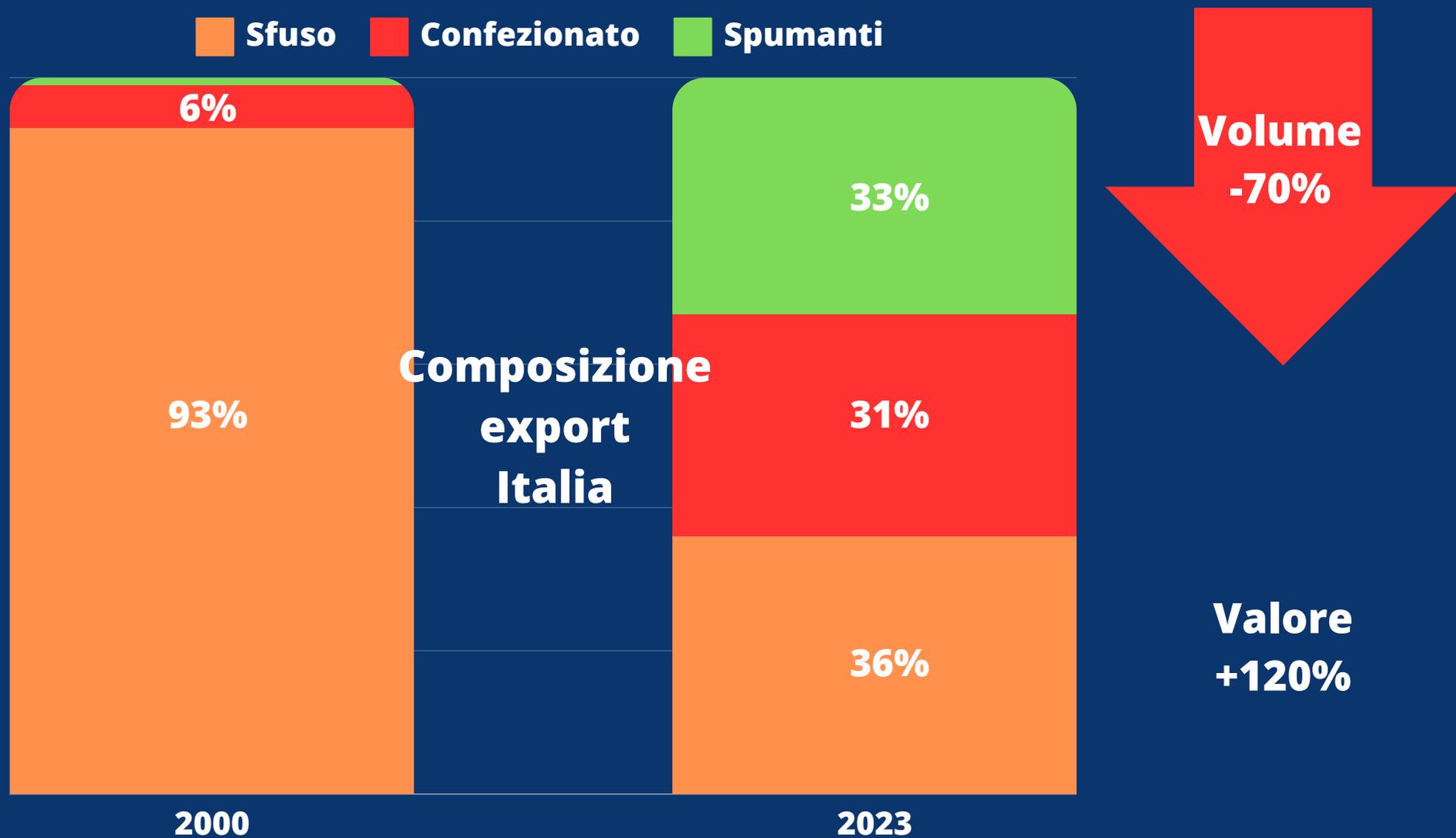


## Export verso UK

Spumanti Bianchi Rossi



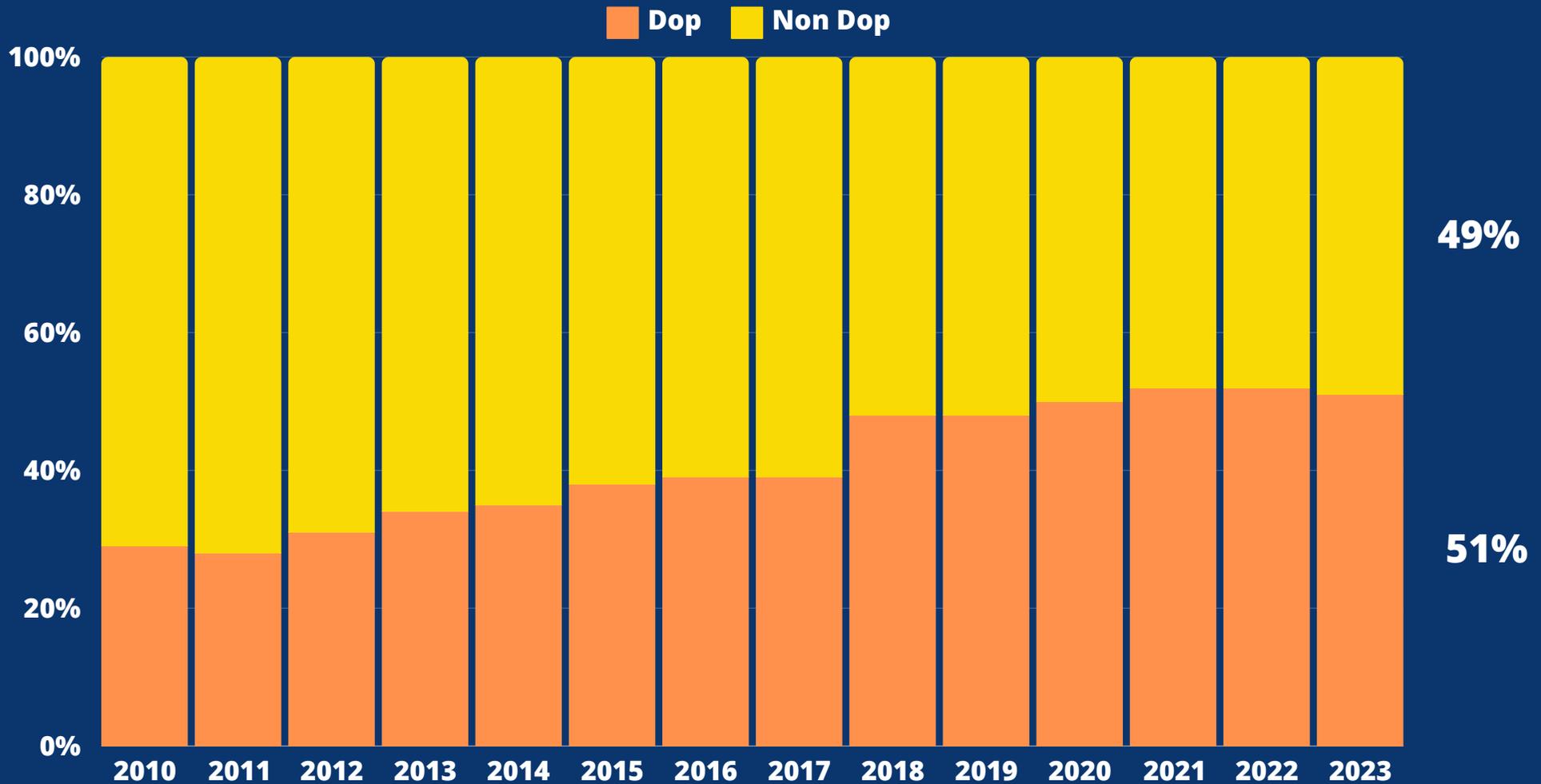
# La metamorfosi dell'Italia in Francia



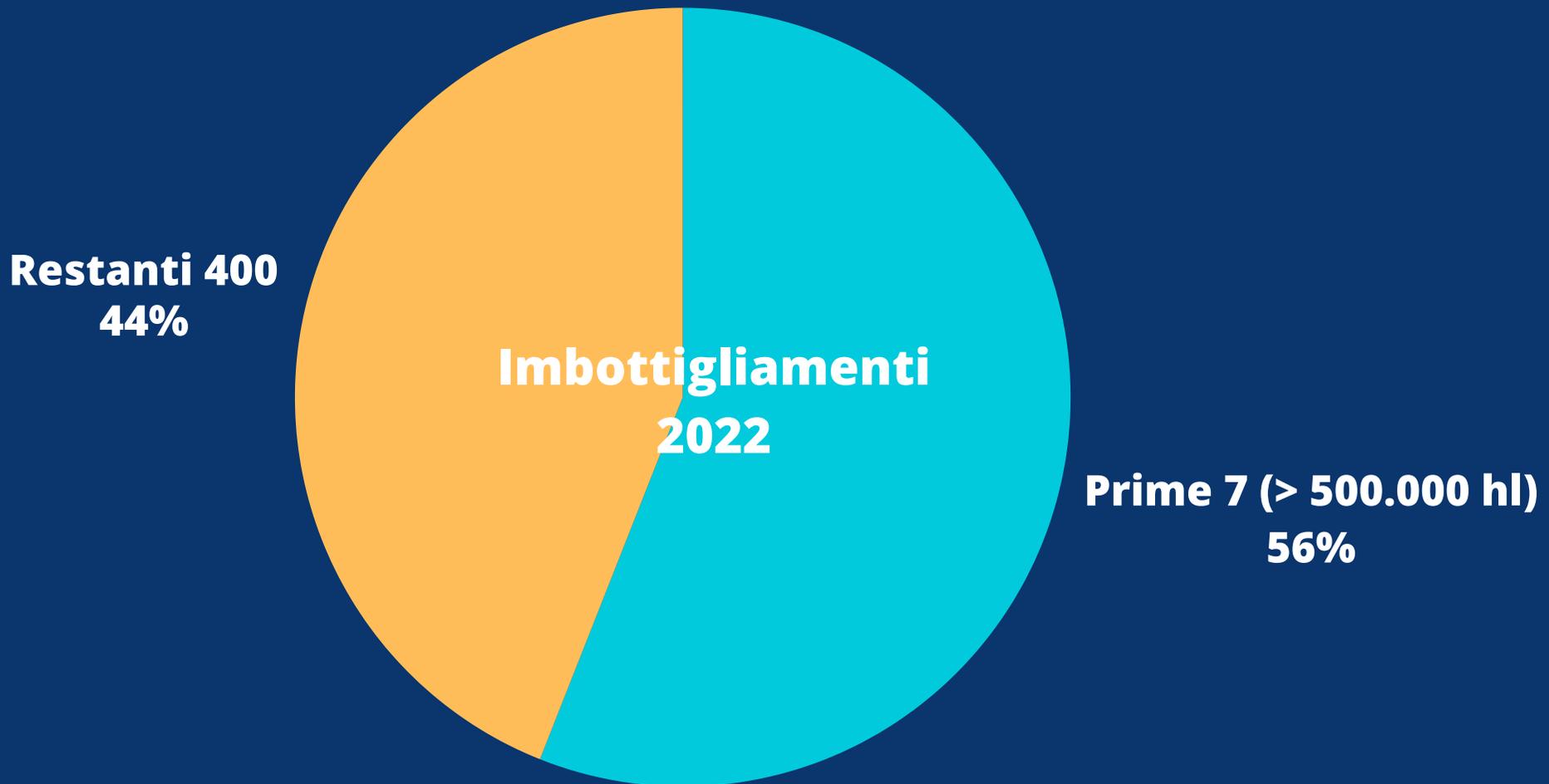
**Parte terza**

**A tutta DOP  
(anche troppo)**

# La qualificazione dell'offerta export



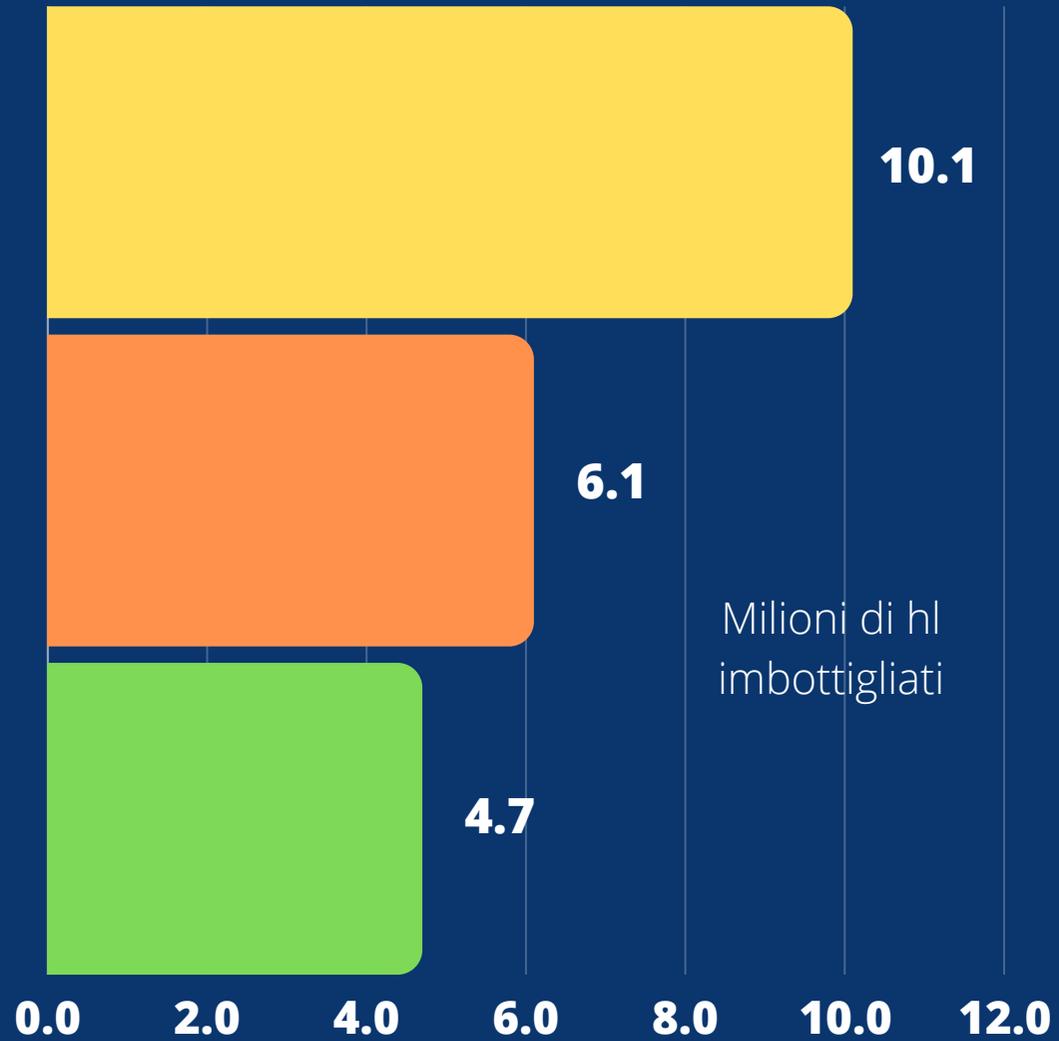
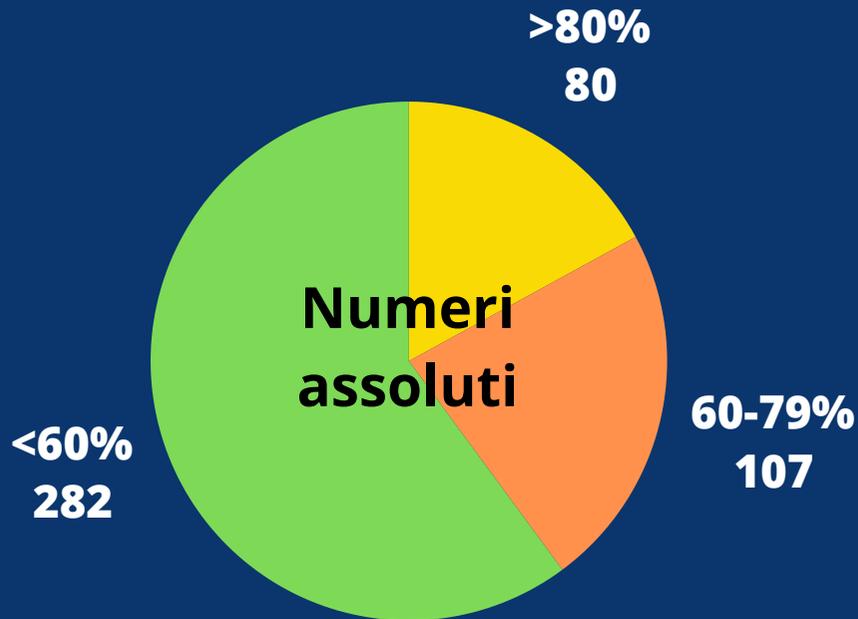
# Le DOP: concentrazione e frammentazione



# Il futuro? Meno, ma più riconoscibili

**DOP-IGP**  
Rapporto imbottigliato  
su rivendicato

**>80%** **60-79%** **<60%**

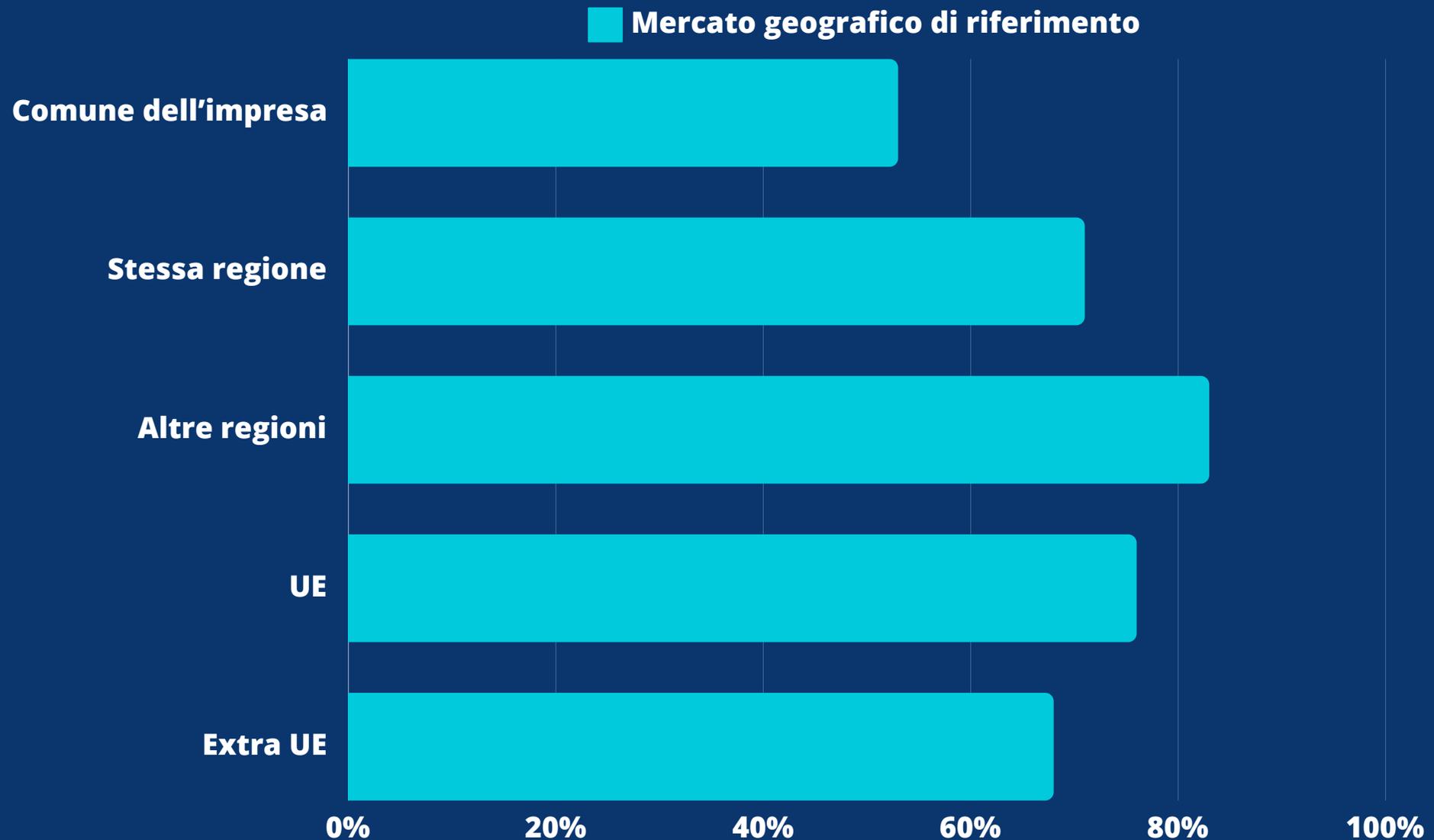


Milioni di hl  
imbottigliati

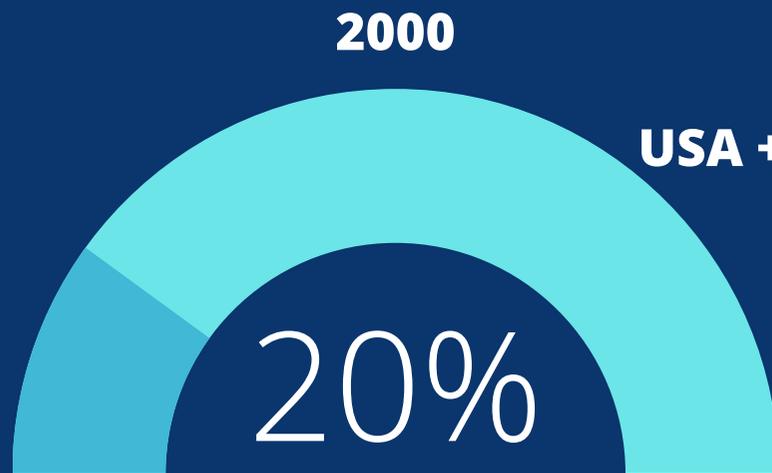
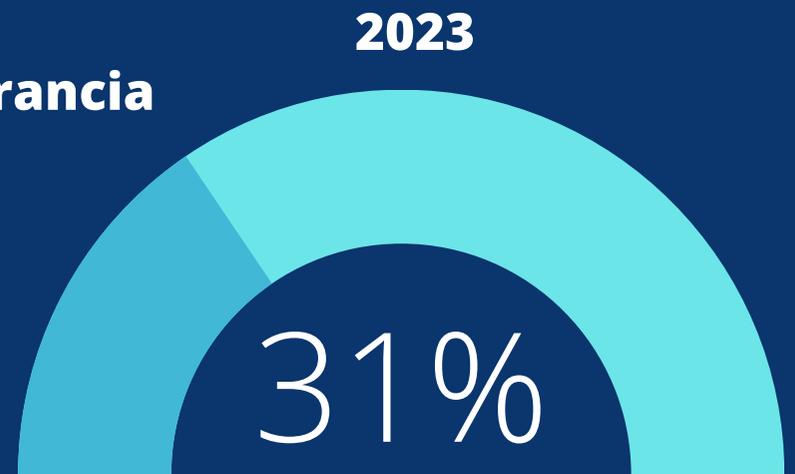
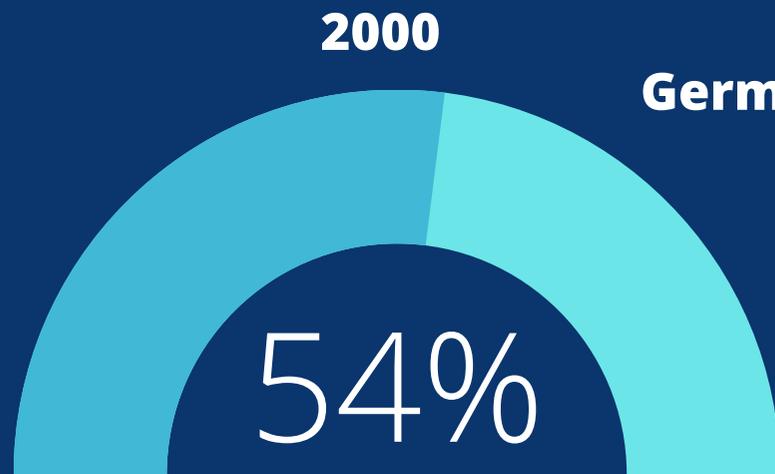
# **Parte quarta**

**Innovativi nel prodotto**  
**Conservativi sui mercati**

# Dove operano le imprese

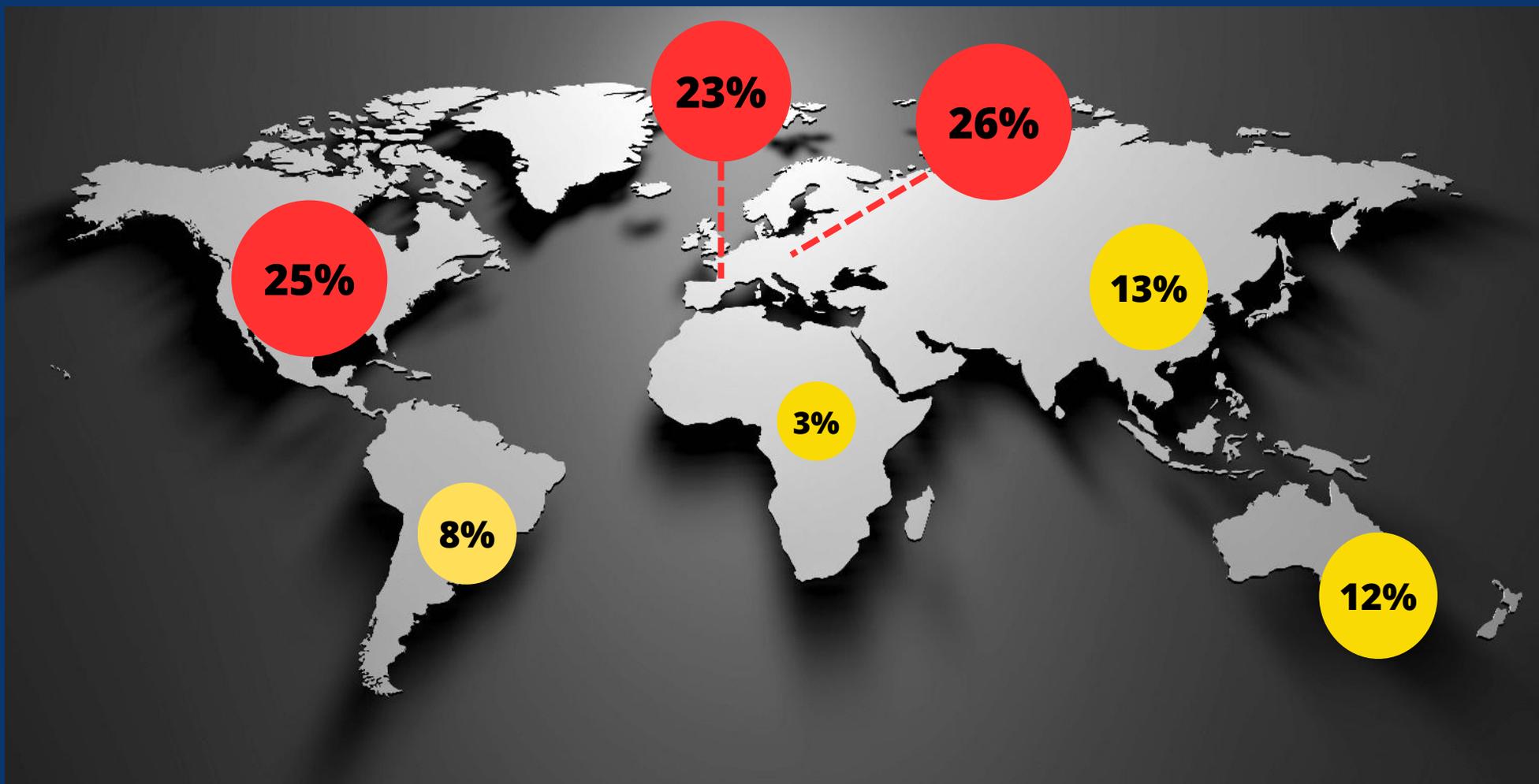


# Concentrazione ancora spinta

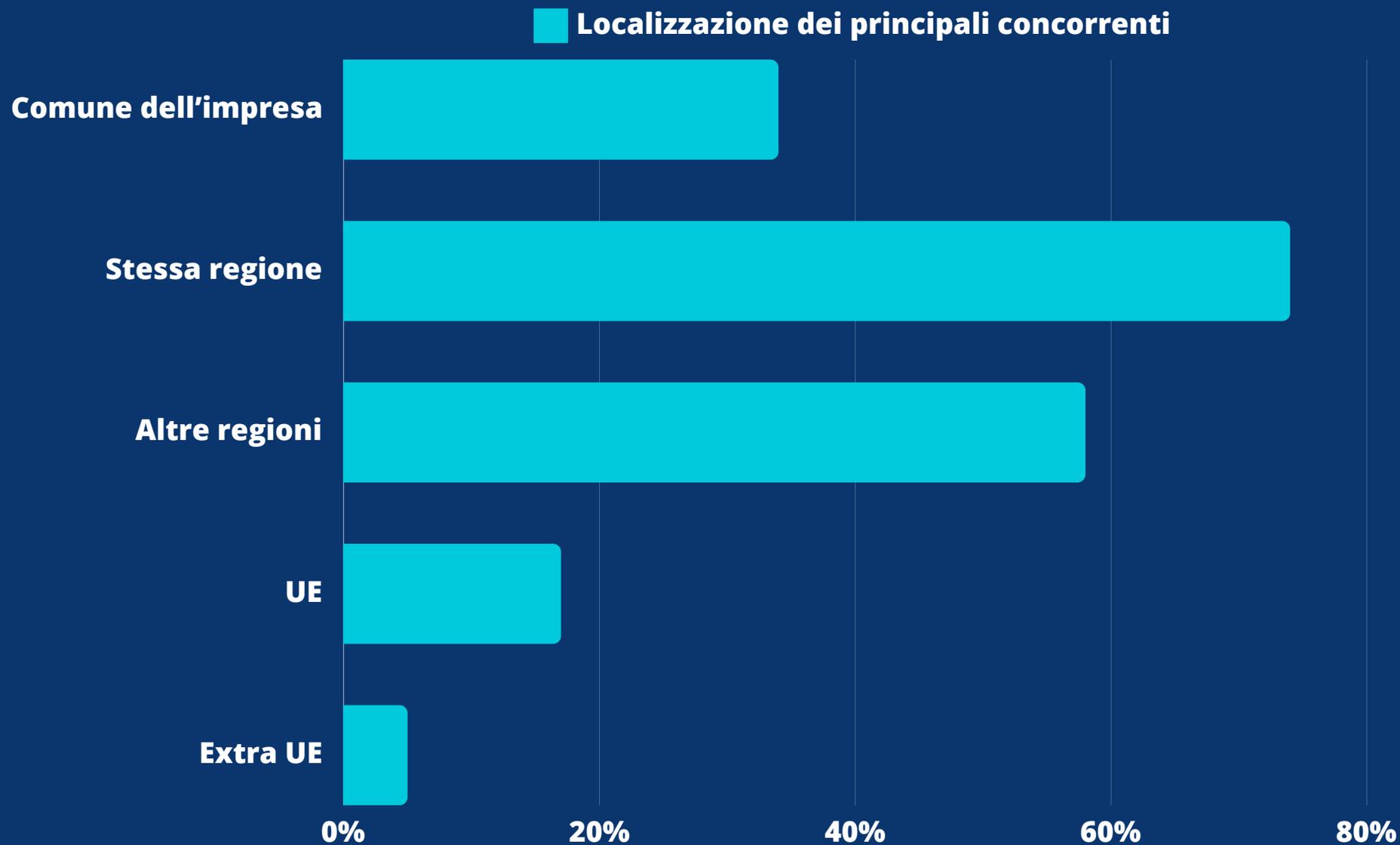


# Pesanti a Nord-Ovest, leggeri nel Sud-Est

Quota % Italia su totale import delle rispettive aree - 2022



# Il vicino è il mio incubo peggiore

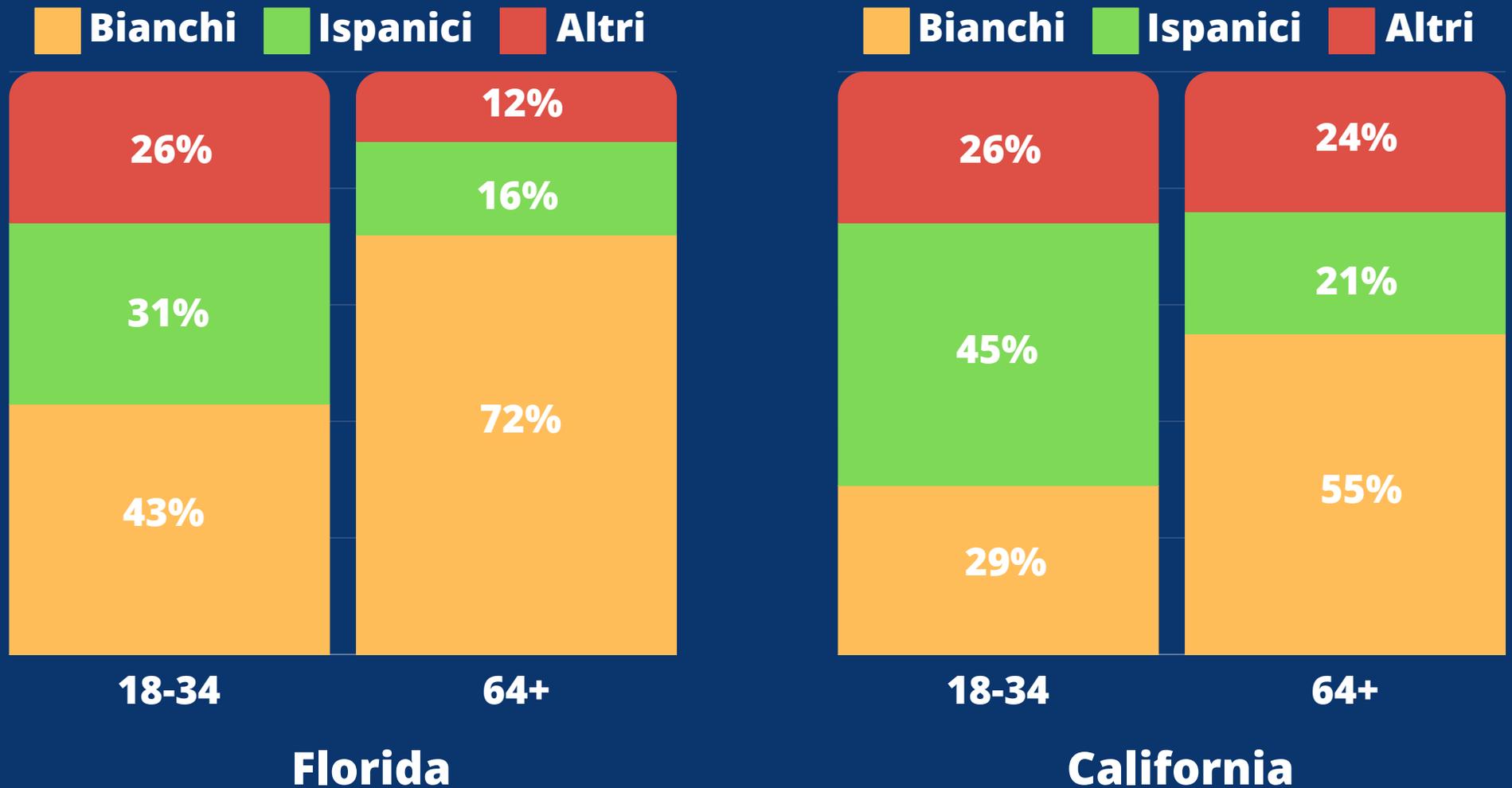


**Parte quinta**

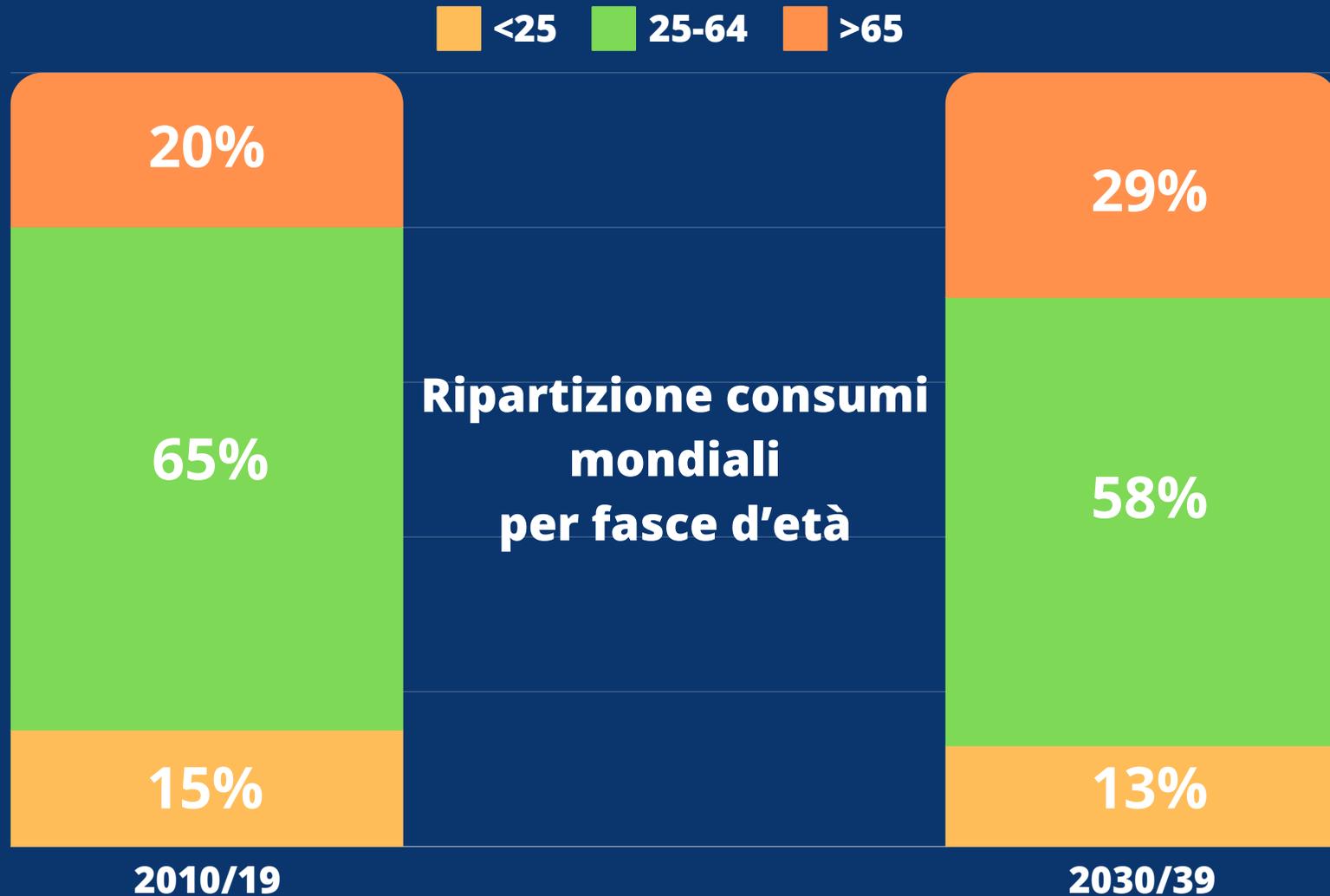
**Questi giovani...**

# I nuovi americani: e chi li conosce?

## Giovani e meno giovani per etnia

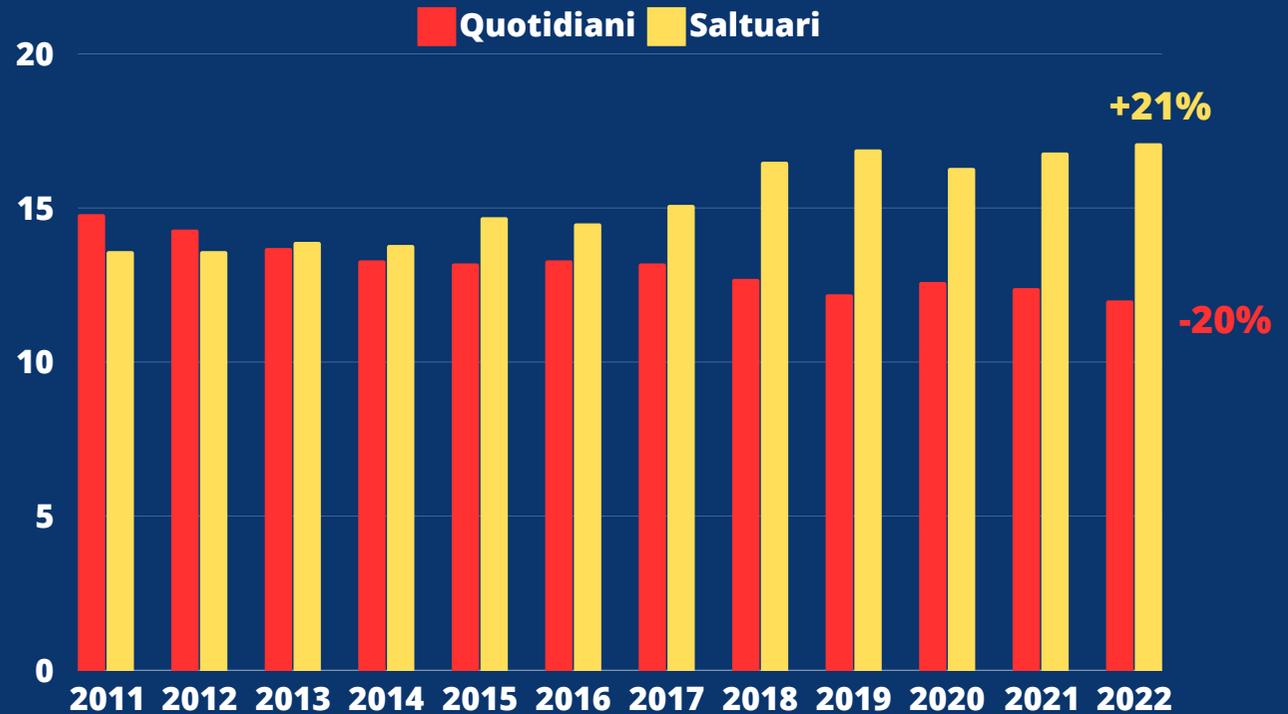


# Se non investiamo sui giovani...

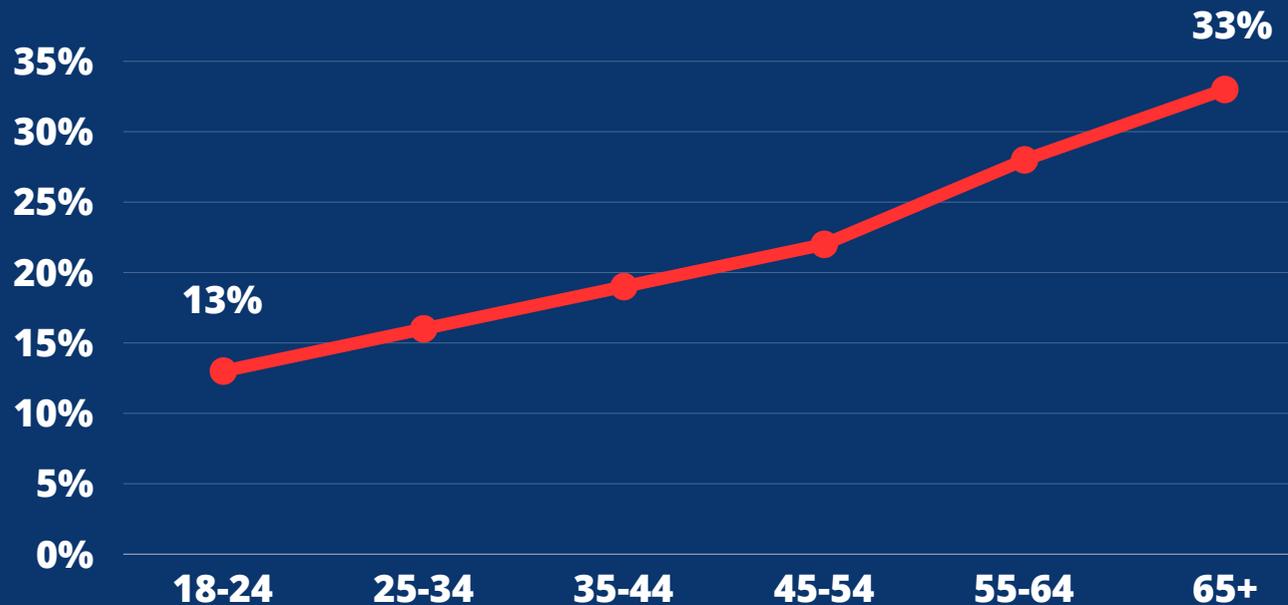


# E in Italia?

Consumatori per frequenza (milioni)



% consumatori quotidiani su popolaz. stessa fascia età



# Fattori chiave

-  **L'Italia ha prodotto profondi cambiamenti, più di ogni altro Paese**
-  **I cambiamenti non hanno però ampliato i mercati di riferimento**
-  **Le aziende dimostrano visioni strette in termini di concorrenza**
-  **In mancanza di brand, le Dop sono state un rifugio necessario**
-  **Più che di nuove Dop, si ha la necessità di cambiare profondamente quelle esistenti per assecondare le nuove tendenze di consumo**