The slide features decorative elements consisting of several circles of various colors (pink, purple, blue, orange) scattered in the top-left and bottom-right corners. The main title 'Argomenti' is positioned in the upper left area.

# Argomenti

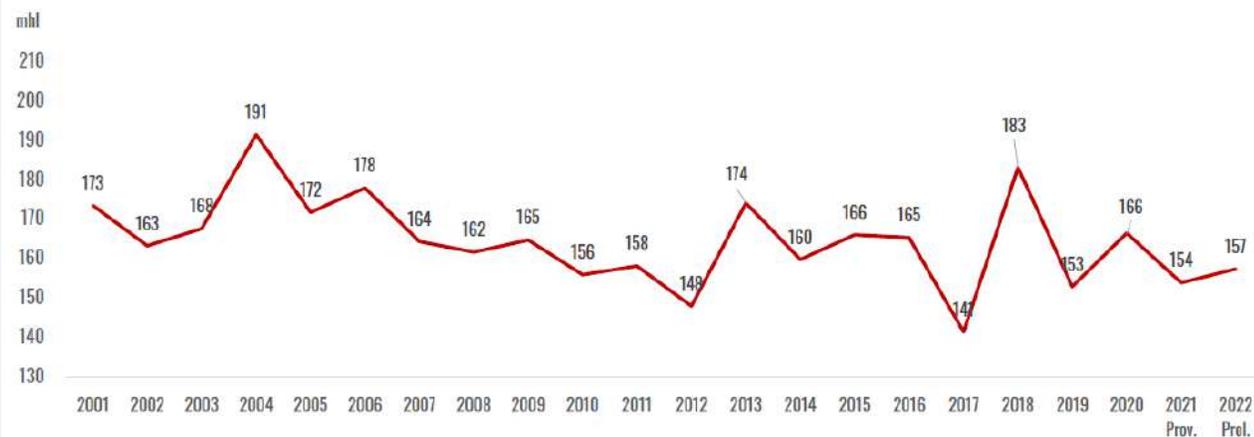
- Il mercato internazionale
- Le esportazioni
- Dinamiche per paese e segmento
- Focus sul mercato italiano
- Dinamiche delle vendite per segmento
- Il sistema del Pinot Grigio
- Analisi del mercati di vendita
- Conclusioni

# La Produzione

Figure 1 - World wine production volume (excluding juices and musts), 2000-2022



Figure 2 - Wine production in the EU27 (excluding juices and musts), 2000-2022



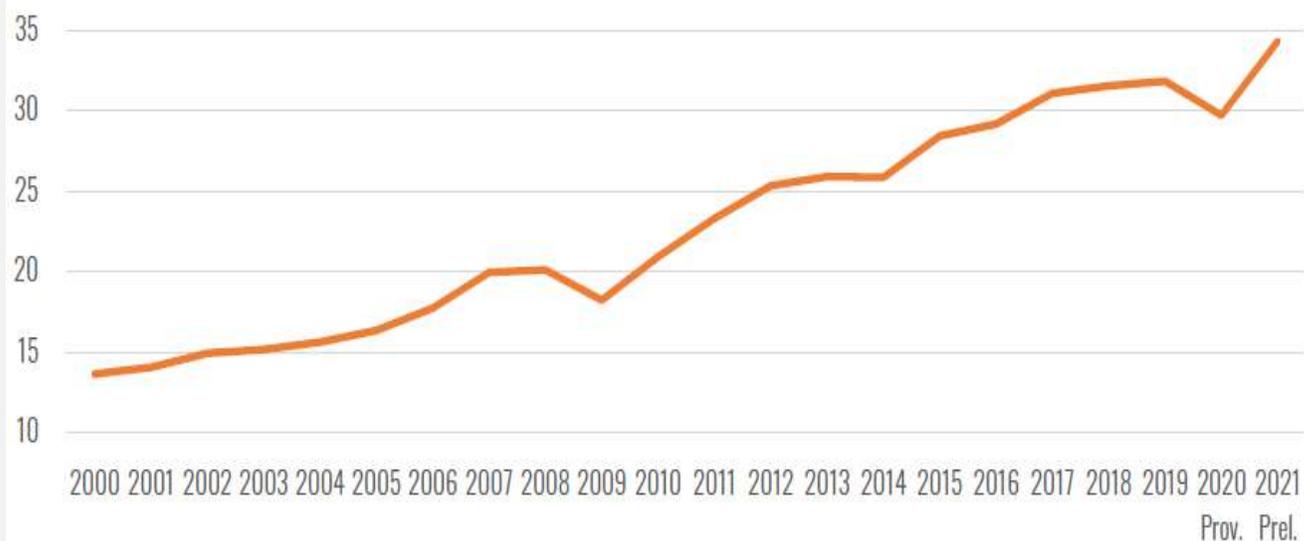
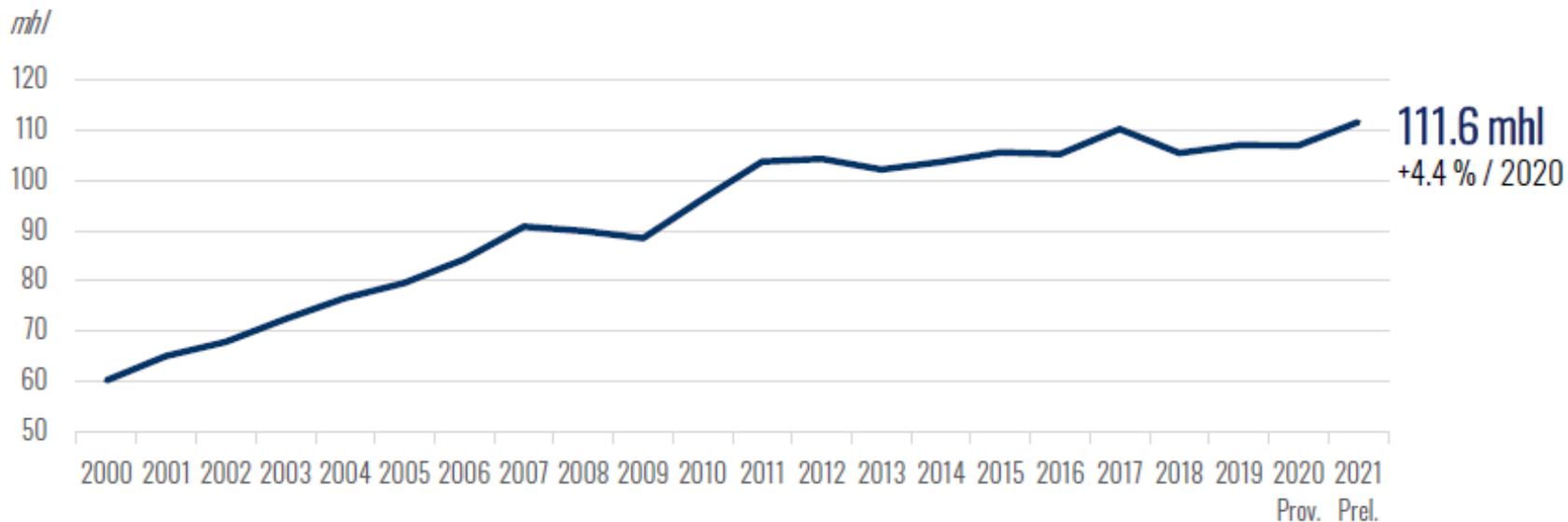
La produzione mondiale di vino oscilla tra 250 e 260 milioni di ettolitri  
La produzione dell'Unione Europea a 27 è sui 150-160 milioni di ettolitri (60%-65%)

# Quadro internazionale

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Var % 21/17
<b>World (000 hl)</b>							
Production	248.447	294.494	257.963	262.364	261.134	258.265	5,11
Consumption	246.787	241.811	238.097	233.484	234.711	na	-4,89
Imports	111.010	105.184	107.465	105.158	108.714	na	-2,07
Exports	110.323	105.719	108.171	106.393	112.274	na	1,77
Export su prod (%)	44,4	35,9	41,9	40,6	43,0	na	
<b>Italy</b>							
Production	42.500	54.783	47.533	49.066	50.232	49.843	+18,2
Consumption	22.600	22.400	22.600	24.200	24.200	na	+7,08
Imports	2.076	1.895	1.552	1.634	3.108	2.213	+49,7
Exports	21.447	19.601	21.358	20.685	22.042	21.901	+2,8
Export su pIT (%)	50,5	35,8	44,9	42,2	43,9	43,9	
Export IT/Worldl (%)	19,4	18,5	19,7	19,4	19,6		
<b>France</b>							
Production	36.605	49.186	42.193	46.673	37.643	45.590	2,84
Consumption	28.634	26.028	24.714	23.202	25.202	na	
Imports	7.789	6.998	7.230	6.262	5.903	6.104	-24,21
Exports	14.821	14.188	14.281	13.546	14.628	13.966	-1,30
Export su prod (%)	40,5	28,8	33,8	29,0	38,9	30,6	
Export IT/Worldl (%)	13,4	13,4	13,2	12,7	13,0	na	

- La produzione mondiale è stabile
- I consumi mondiali sono in diminuzione
- Dualismo tra consumi, in calo nei paesi produttori e in aumento nei paesi consumatori/importatori
- Le esportazioni sono in crescita
- I due principali produttori, Italia e Francia, formano il 37% della produzione mondiale e il 33% delle esportazioni mondiali in volume
- Le esportazioni italiane assorbono il 44% della produzione nazionale, formano il 20% delle vendite mondiali di vino e sono in crescita

# Mercato internazionale: trend exports



- I dati aggiornati per il 2021
  - L'export mondiale su 112,3 milioni di ettolitri per un controvalore di 40,1 miliardi di \$
- Le previsioni per il 2022 sono di 39,6 miliardi di \$

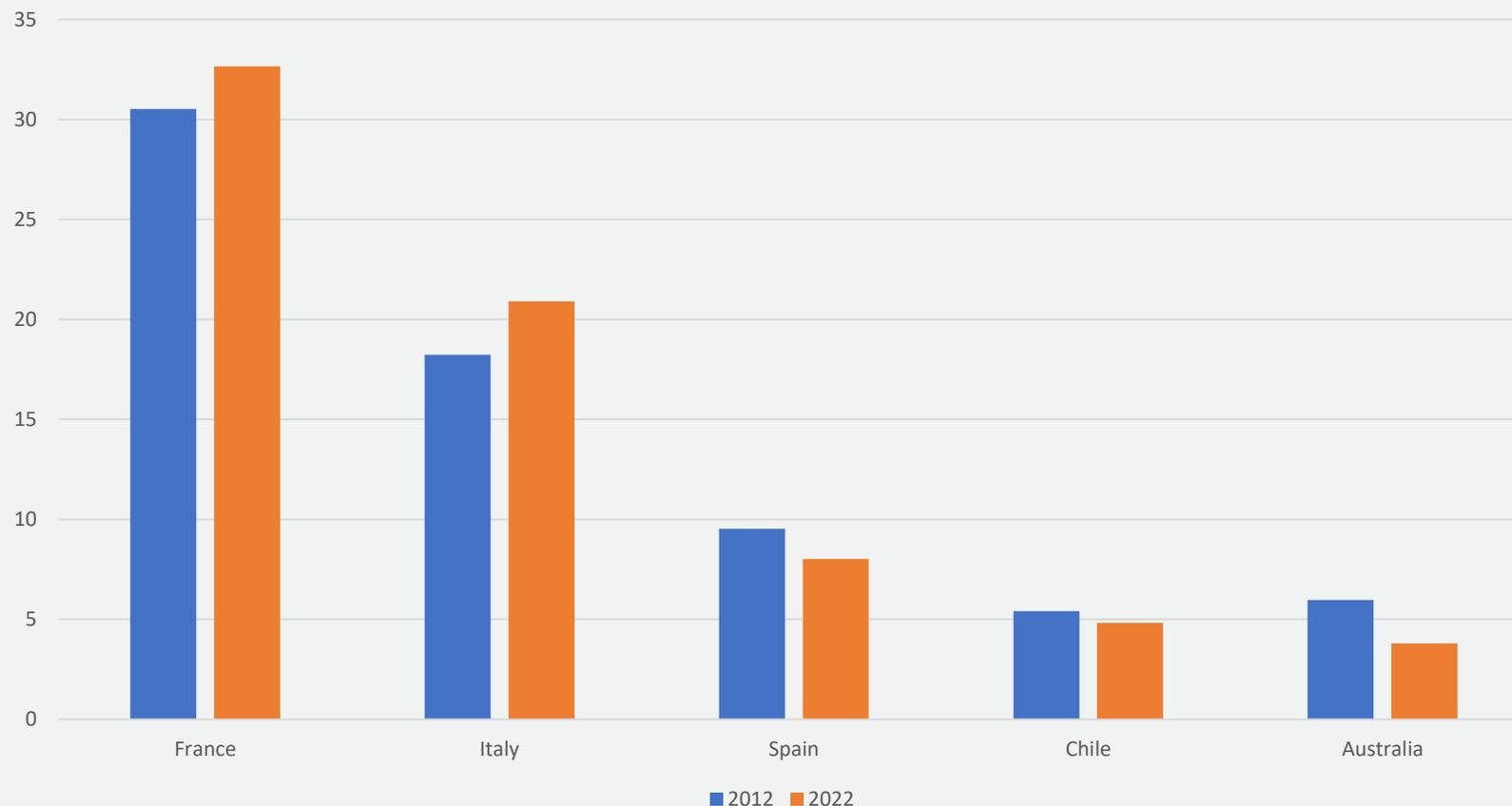
# Trend exports (in valore)

Millions \$	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	TAV 22/12 (%)*
France	10.100	10.396	10.296	9.185	9.171	10.283	11.070	10.971	9.975	13.131	12.950	+2,5
<b>Italy</b>	<b>6.036</b>	<b>6.693</b>	<b>6.790</b>	<b>5.976</b>	<b>6.226</b>	<b>6.785</b>	<b>7.370</b>	<b>7.200</b>	<b>7.227</b>	<b>8.480</b>	<b>8.290</b>	<b>+3,2</b>
Spain	3.155	3.496	3.414	2.965	2.961	3.270	3.514	3.067	3.060	3.481	3.180	+0,1
Chile	1.793	1.891	1.856	1.843	1.853	2.018	2.000	1.930	1.828	1.968	1.911	+0,6
Australia	1.976	1.798	1.694	1.651	1.712	2.046	2.181	2.085	2.125	1.697	1.508	-2,7
United States	1.385	1.558	1.468	1.543	1.569	1.482	1.448	1.404	1.318	1.472	1.465	+0,6
New Zealand	985	1.030	1.123	1.071	1.121	1.197	1.192	1.217	1.301	1.369	1.424	+3,8
Germany	1.270	1.369	1.315	1.069	1.040	1.142	1.226	1.168	1.047	1.181	1.089	-1,5
Portugal	905	957	965	816	801	878	1.015	917	978	1.097	990	+0,9
Others	5.492	5.689	5.886	5.785	6.072	6.348	6.627	5.924	5.480	7.109	6.854	+2,2
<b>World</b>	<b>33.095</b>	<b>34.877</b>	<b>34.806</b>	<b>31.904</b>	<b>32.527</b>	<b>35.450</b>	<b>37.642</b>	<b>35.883</b>	<b>34.337</b>	<b>40.987</b>	<b>39.660</b>	<b>+1,8</b>

- Le migliori performance nell'export: Italia (+3,2% per anno), Francia (+2,3%), Nuova Zelanda (+2,5%)
- Tendenze negative in Australia e Germania
- L'export italiano è salito da 6 a 8,3 miliardi \$ (+2,3 miliardi \$)

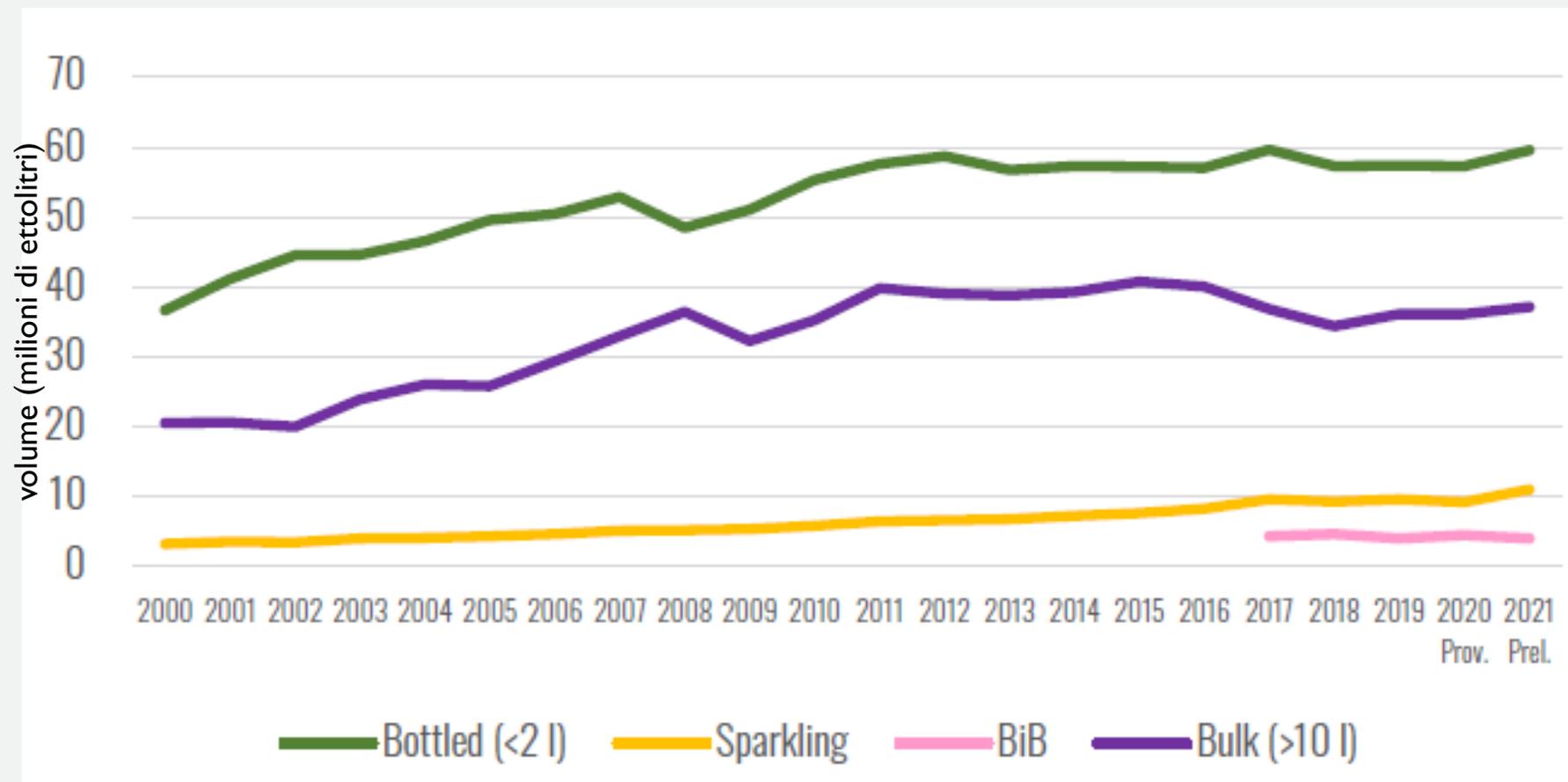
# Export. Dinamiche nei flussi commerciali

Peso export primi 5 esportatori (70%)



- L'importanza delle esportazioni di Francia e Italia sul mercato internazionale è in aumento
- Il peso dell'export italiano è salito da 6 a 8,3 miliardi \$ (+2,3 miliardi \$)
- Cala il peso dell'export spagnolo, cileno, australiano

# Export per segmento



- Trend positivo nelle esportazioni di vino in bottiglia (+6% in volume e +13% in valore rispetto al 2020)
- Trend positivo nel segmento spumanti che segna un record di vendite sia in volume che in valore (+22% in volume e più 35% in valore rispetto al 2020).
- Risultati meno positivi nel comparto sfuso e bag-in-box,
- Si conferma una crescente richiesta di vini di qualità come quelli con indicazione geografica che sono venduti necessariamente in bottiglia.

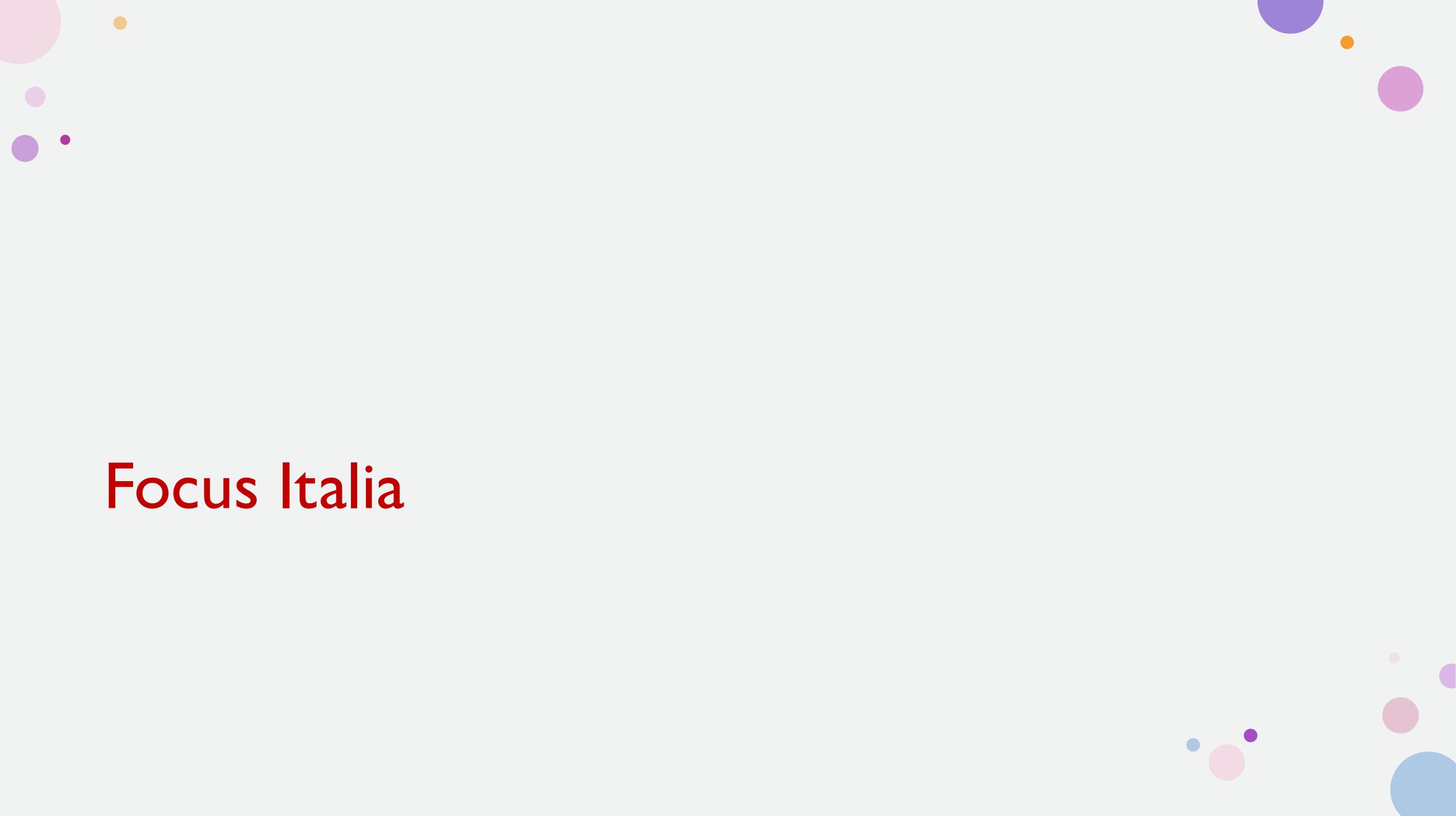
Spumanti (2022): 39,6 mld \$, quota 23%

Spumanti (2021): 40,9 mld \$, quota 22%

# Export: flussi di vendite nei principali paesi esportatori

	2020		2021		Variaz % '21/20		Quota Spumanti 2021		Variaz % Spum	
	mHL	mHL	Meuro	Meuro	volume	valore	volume	valore	volume	valore
Spagna	20,20	23,00	2,63	2,88	14	10	7	16	-2	18
<b>Italia</b>	<b>20,70</b>	<b>22,20</b>	<b>6,27</b>	<b>7,06</b>	<b>7</b>	<b>13</b>	<b>23</b>	<b>26</b>	<b>21</b>	<b>24</b>
Francia	13,50	14,60	8,74	11,07	8	27	15	35	33	40
Cile	8,50	8,70	1,60	1,66	2	4	0	1	3	-4
Australia	7,60	6,30	1,78	1,35	-17	-24	2	4	49	56
Sud Africa	3,60	4,80	0,53	0,63	33	19	1	4	32	36
Germania	3,70	3,70	0,92	0,99	0	8	9	12	24	35
Argentina	3,90	3,30	0,65	0,70	-15	8	1	1	89	94
Stati Uniti	3,60	3,30	1,15	1,23	-8	7	1	3	-13	-29
Portogallo	3,20	3,30	0,85	0,92	3	8	1	1	-13	7
Nuova Zel.	2,90	2,80	1,14	1,16	-3	2	1	1	-41	-29
Canada	1,70	2,10	0,04	0,07	24	75	0	2	-44	0

- Crescita complessiva in Francia, Italia e Spagna
- Calo in Australia, stabilità in Cile
- Crescita in Sudafrica (peso contenuto sulle export)
- Forte incremento nel flusso di vini spumanti
- ITALIA: quota spumanti 23% in volume e 26% in valore (crescita 21-24%)
- FRANCIA: quota spumanti 15% in volume e 35% in valore (crescita 33-40%)
- SPAGNA: quota spumanti 7% in volume e 16% in valore (crescita 18% in valore)

The page features decorative circles in the corners. The top-left corner has a large pink circle, a small yellow circle, a medium purple circle, and a tiny dark purple dot. The top-right corner has a large purple circle, a small yellow circle, and a medium pink circle. The bottom-right corner has a small blue circle, a medium pink circle, a tiny dark purple dot, a medium purple circle, a large pink circle, and a large blue circle.

# Focus Italia

# Le esportazioni italiane

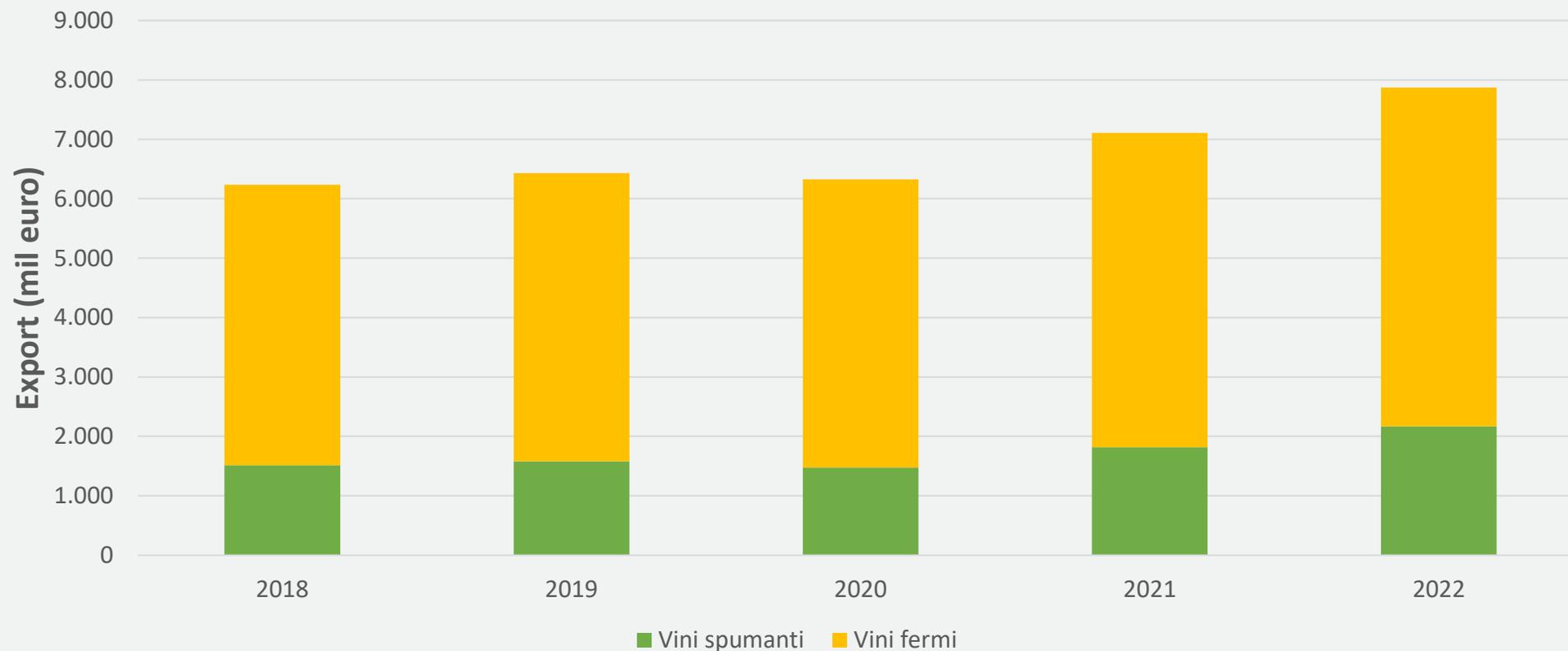


	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Δ% 2022/2021	TAV 2022/2012
<b>VALORE (mil €)</b>													
Vini spumanti	625	736	842	985	1.197	1.361	1.515	1.579	1.473	1.817	2.168	+19,4	+11,3
Vini fermi	4.071	4.305	4.272	4.406	4.431	4.644	4.721	4.853	4.854	5.291	5.704	7,8	2,7
<b>Totale</b>	<b>4.695</b>	<b>5.041</b>	<b>5.114</b>	<b>5.392</b>	<b>5.627</b>	<b>6.005</b>	<b>6.236</b>	<b>6.432</b>	<b>6.327</b>	<b>7.170</b>	<b>7.872</b>	<b>9,8</b>	<b>4,3</b>
<b>VOLUME (000 ton)</b>													
Vini spumanti	186	205	243	282	337	370	388	418	408	491	521	+6,2	+7,8
Vini fermi	1.945	1.828	1.808	1.745	1.748	1.799	1.583	1.728	1.663	1.730	1.677	-3,1	-0,2
<b>Totale</b>	<b>2.131</b>	<b>2.032</b>	<b>2.051</b>	<b>2.026</b>	<b>2.085</b>	<b>2.169</b>	<b>1.971</b>	<b>2.146</b>	<b>2.072</b>	<b>2.206</b>	<b>2.199</b>	<b>-0,4</b>	<b>1,1</b>
<b>Prezzo (€/kg)</b>													
Vini spumanti	3,4	3,6	3,5	3,5	3,5	3,7	3,9	3,8	3,6	3,7	4,2	2,5	0,8
Vini fermi	2,1	2,4	2,4	2,5	2,5	2,6	3,0	2,8	2,9	3,1	3,4	4,8	3,8
<b>Totale</b>	<b>2,2</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,8</b>	<b>3,2</b>	<b>3,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,6</b>	<b>6,4</b>	<b>3,8</b>



- Il trend positivo nell'export è pervasivo
- Effetto trascinamento degli spumanti (crescite molto positive)
- Il segmento fermi registra un trend negativo nei volumi e positivo nei valori
- Prezzi in crescita

# Le esportazioni italiane per segmento



- Il trend positivo nell'export degli spumanti
- Il peso del segmento spumanti è salito dal 24% del 2018 al 27% del 2022 (+0,7 mld euro)
- Il peso del segmento fermi è sceso di 3 punti percentuali, ma le vendite sono cresciute di 1 mld euro

Valore (mil €)	2019	2020	2022	var 2022/2021	2022%
Gran Bretagna	388	401	413	3,1%	7%
Germania	957	994	1.043	4,9%	18%
Stati Uniti	1.107	1.258	1.337	6,3%	23%
Canada	305	334	367	10,1%	6%
Svizzera	319	346	348	0,5%	6%
Belgio	115	143	145	1,1%	3%
Francia	119	148	182	23,5%	3%
Spagna	27	34	36	8,6%	1%
Russia	69	77	81	4,7%	1%
Cina	85	109	97	-10,7%	2%
Altri	1.361	1.510	1.654	9,5%	29%
Mondo	4.854	5.353	5.704	6,5%	100%
Volume (000 t)	2020	2021	2022	var 2022/2021	2022%
Gran Bretagna	167,4	164,7	156,8	-4,8%	9%
Germania	514,1	503,6	494,3	-1,9%	29%
Stati Uniti	258,1	285,4	255,6	-10,5%	15%
Canada	69,7	70,3	69,7	-1,0%	4%
Svizzera	62,7	63,9	58,8	-7,9%	4%
Belgio	36,4	42,1	42,7	1,6%	3%
Francia	55,9	58,5	67,7	15,7%	4%
Spagna	12,3	15,4	15,0	-2,1%	1%
Russia	31,9	34,7	32,7	-5,8%	2%
Cina	20,3	25,5	19,5	-23,4%	1%
Altri	435	451	464	2,9%	28%
Mondo	1.663	1.715	1.677	-2,2%	100%

## Destinazioni vendite – vini fermi



- Principali acquirenti
  - Stati Uniti, Germania, Gran Bretagna-Belgio, Canada, Svizzera
- **Crescita nel valore delle vendite**
- **Calo nei volumi delle vendite, eccetto Belgio e Francia**
- Effetto inflazione (congiuntura positiva sui prezzi)

Valore (mil €)	2019	2020	2022	var 2022/2021	2022%
Gran Bretagna	318	341	398	16,8%	18%
Germania	115	131	138	5,5%	6%
Stati Uniti	345	460	523	13,7%	24%
Canada	41	50	60	20,2%	3%
Svizzera	62	69	79	14,1%	4%
Belgio	46	76	94	23,7%	4%
Francia	69	84	107	28,2%	5%
Spagna	11	15	20	31,5%	1%
Russia	56	71	91	28,0%	4%
Cina	13	17	14	-19,1%	1%
Altri	397	503	644	28,1%	30%
Mondo	1.473	1.817	2.168	19,4%	100%

Volume (000 t)	2019	2020	2022	var 2022/2021	2022%
Gran Bretagna	102,1	108,0	104,1	-3,6%	20%
Germania	33,5	31,5	31,3	-0,8%	6%
Stati Uniti	87,1	116,3	117,7	1,2%	23%
Canada	8,5	10,2	10,6	3,5%	2%
Svizzera	13,0	14,4	14,7	2,1%	3%
Belgio	14,1	23,9	25,7	7,3%	5%
Francia	20,0	22,3	26,3	17,9%	5%
Spagna	6,7	5,2	5,8	11,3%	1%
Russia	18,5	24,0	25,9	8,0%	5%
Cina	4,4	5,0	3,6	-28,9%	1%
Altri	100	130	156	19,7%	30%
Mondo	408	491	521	6,2%	100%

## Destinazioni vendite – vini spumanti

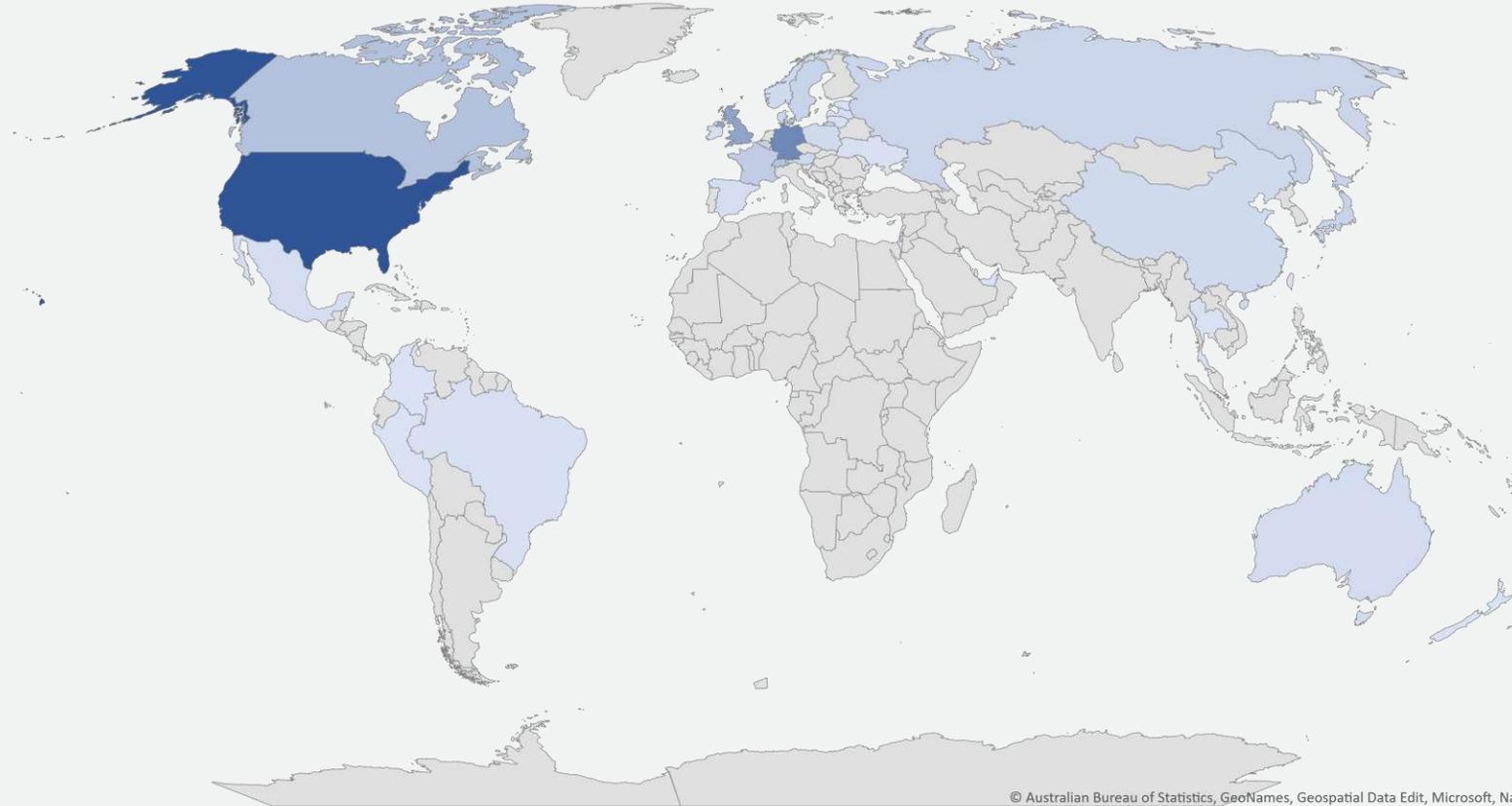


- Principali acquirenti
  - Stati Uniti, Gran Bretagna-Belgio, Svizzera
- Crescita nel valore delle vendite
- Crescita nei volumi delle vendite, eccetto Germania, Gran Bretagna e Cina

# Mappa vendite di vino italiano

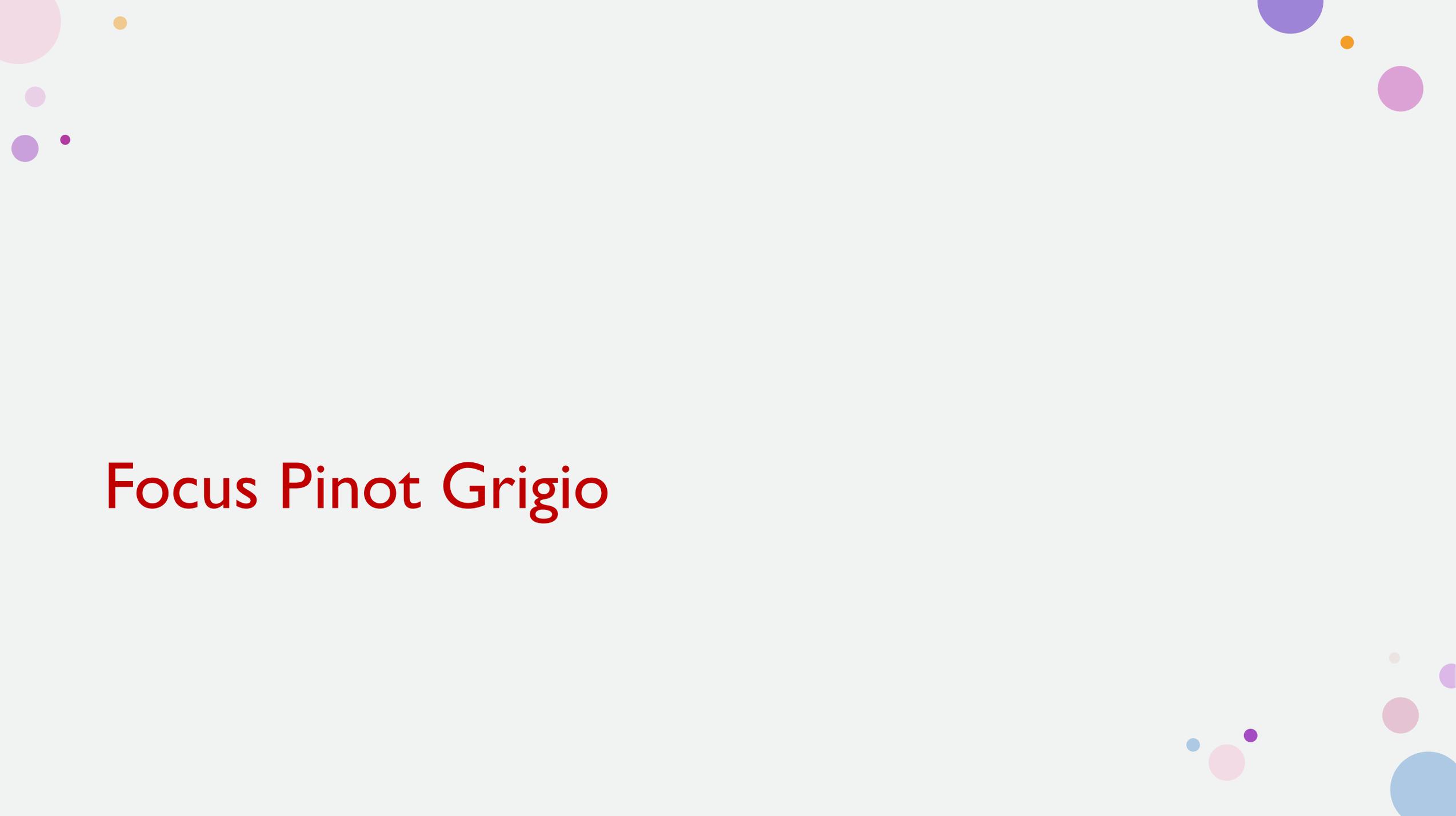
Paesi importatori di vino italiano

Serie1   
7.484 1.860.529



Con tecnologia Bing  
© Australian Bureau of Statistics, GeoNames, Geospatial Data Edit, Microsoft, Navinfo, OpenStreetMap, TomTom, Wikipedia

- Il vino italiano è esportato in oltre 150 paesi
- I primi 10 importatori assorbono il 75% del valore dell'export
- Il rimanente 15% dell'export è frammentato tra altri 12 paesi

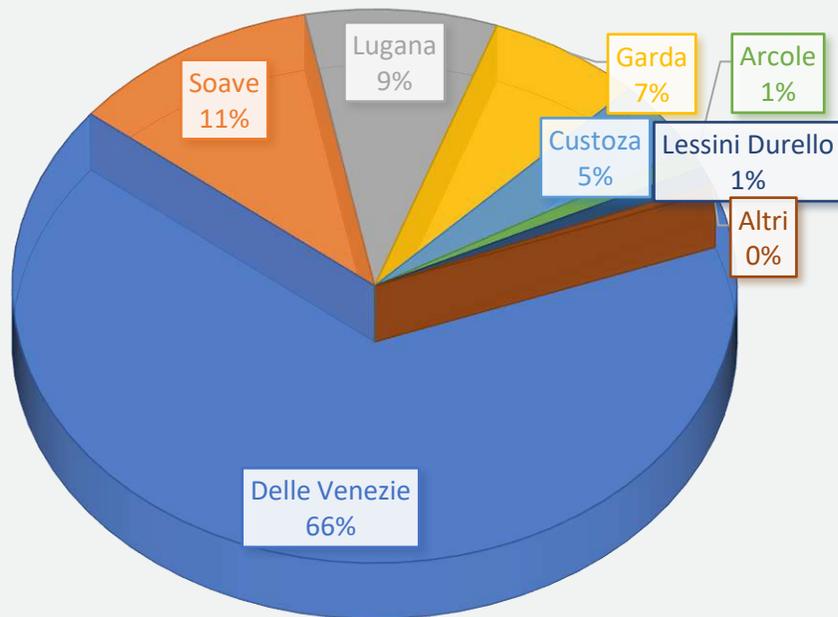
The background features decorative circles in the corners. The top-left corner has a large pink circle, a small yellow circle, a medium purple circle, and a tiny dark purple dot. The top-right corner has a large purple circle, a small yellow circle, and a medium purple circle. The bottom-right corner has a small blue circle, a medium pink circle, a tiny dark purple dot, a medium purple circle, and a large blue circle.

# Focus Pinot Grigio

# Il sistema Pinot Grigio

## Il sistema Pinot Grigio nelle Doc/Docg (000 hl): 24 Doc/Docg + 1 Doc

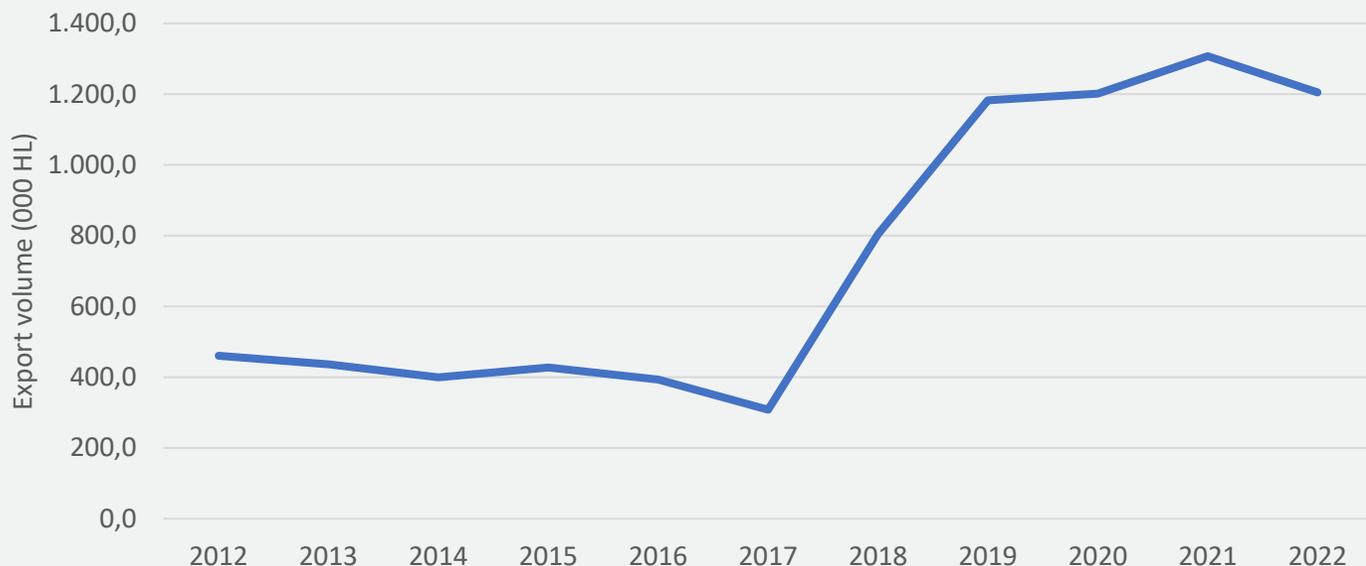
### Doc/Docg di vini bianchi (% volume certificato in Veneto, 2022)



Doc/Docg con Pinot Grigio	2019	2020	2021	2022	in % (22)	TAV 2022/2012
Doc del Trentino (2)	326	336	345	372	14	3,4
Doc/Docg del Friuli VG (9)	271	269	274	233	9	-3,8
Doc/Docg Veneto (escluso Prosecco, 10)	259	423	492	434	16	13,8
Prosecco (2 Docg, 1 Doc)	116	133	125	134	5	3,7
delle Venezie Doc	1.153	1.350	1.360	1.513	56	7,0
<b>TOTALE</b>	<b>2.126</b>	<b>2.511</b>	<b>2.597</b>	<b>2.687</b>	<b>100</b>	<b>6,0</b>

- La Doc Delle Venezie (esclusiva Pinot Grigio) assorbe il 56% della produzione del sistema Pinot Grigio e aumenta al ritmo del 7% per anno
- Le Doc/Docg venete usano il 16% del Pino Grigio e registrano una forte crescita (+14% per anno)
- Le Doc trentine assorbono il 14% del Pinot Grigio (+3,4% per anno)
- Il Pinot Grigio nel sistema Prosecco è pari al 5% del totale e cresce al ritmo del 4% per anno
- Il Pinot Grigio nelle Doc friulane segna un calo di impiego

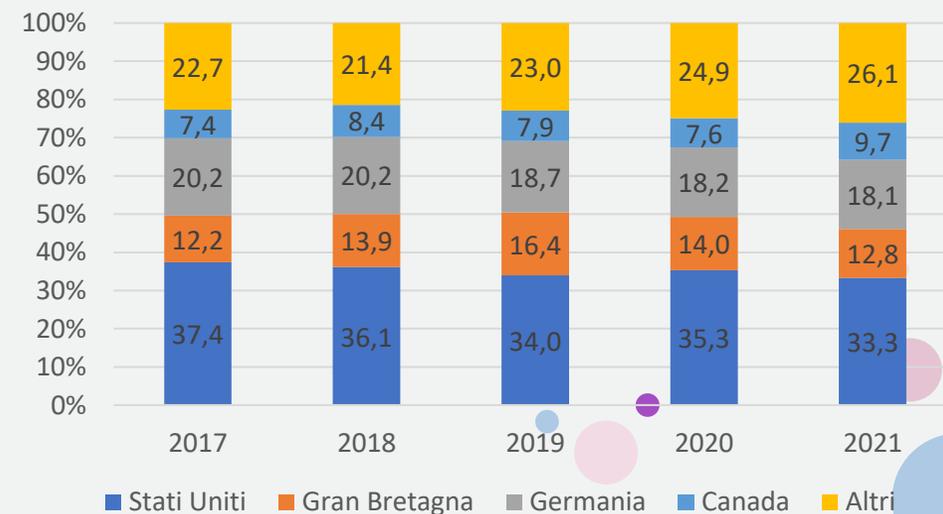
# Export di vini bianchi Dop (Veneto)



- Le esportazioni di vini bianchi in bottiglia veneti sono cresciute fortemente dal 2018 al 2021 (+400 mila HL)
- Nell'ultimo decennio la crescita è circa il 10%
- **Il Pinot Grigio (55-60% dei vini bianchi certificati) è il principale driver della crescita**

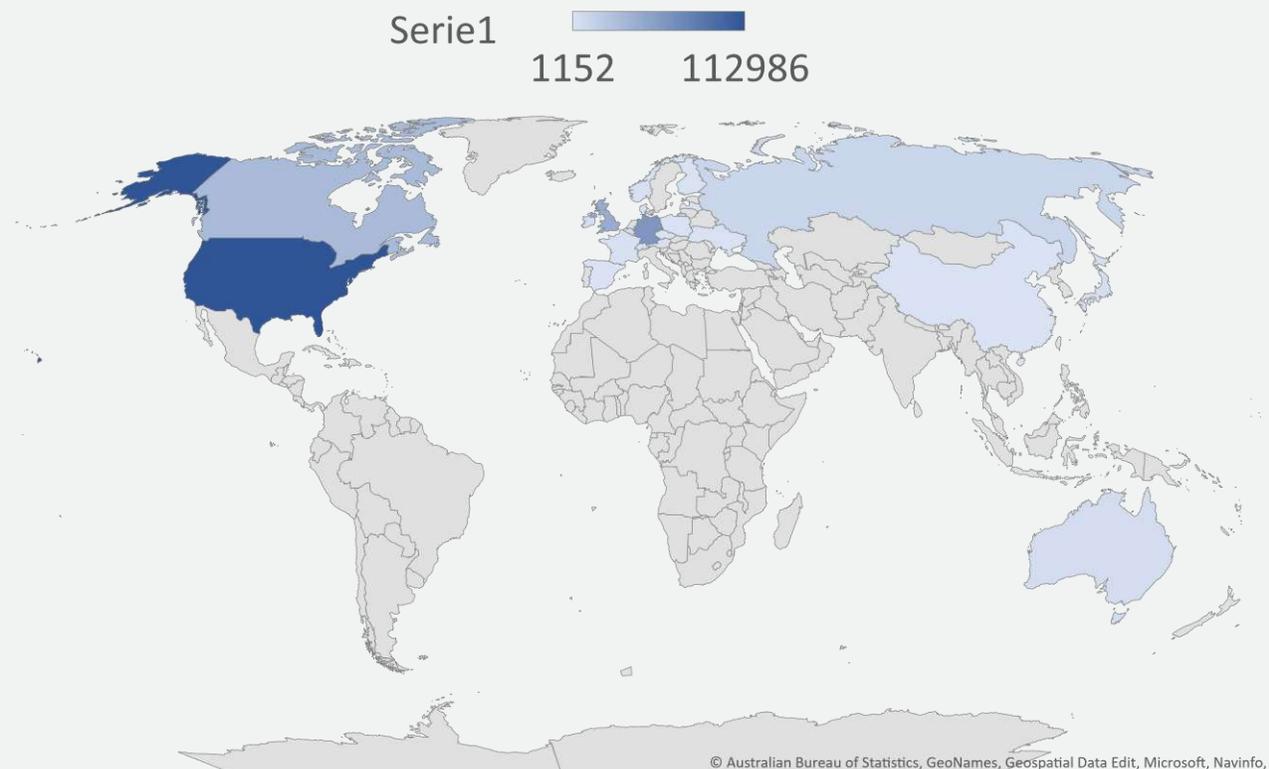
- **Principali acquirenti (75% export, in valore)**
  - Stati Uniti, Germania, Gran Bretagna-Belgio, Canada
- Negli ultimi 5 anni sono aumentati gli acquisti dai principali importatori
  - Stati Uniti: +31 mil euro (+37%)
  - Gran Bretagna: +17 mil euro (+62%)
  - Germania: +17 mil euro (+38%)
  - Canada: +16 mil euro (+102%)

Export vini bianchi Dop - Veneto (valore %)



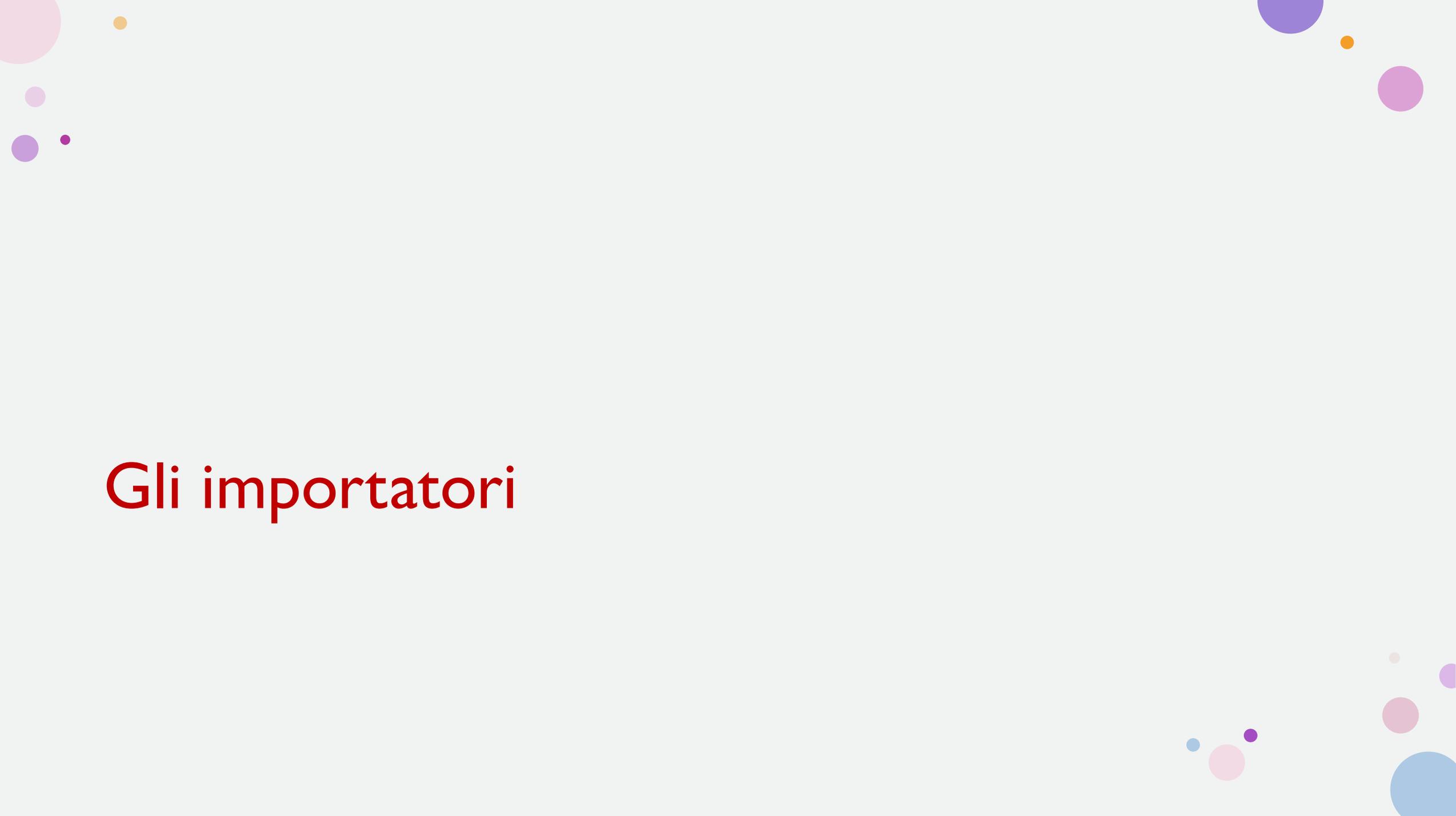
# Mappa vendite di vini bianchi Dop veneti

Export vini bianchi Dop Veneto (000 euro)



- Le vendite sono concentrate in 5 paesi (80% in valore)
  - Stati Uniti, Germania, Gran Bretagna, Canada, Olanda
- Il 15% vendite è frammentato tra altri 17 paesi (Russia, Australia, Belgio, Giappone, ecc.)
- Il rimanente 5% tra altri 86 paesi (quote < 0,2%)

# Gli importatori

The slide features a white background with decorative elements in the corners. The top-left corner contains several circles in shades of pink, purple, and orange. The top-right corner features circles in shades of purple, pink, and orange. The bottom-right corner contains circles in shades of blue, pink, and purple.

# I consumatori esteri

- **Reddito (pro-capite), tendenze e distribuzione del reddito**

Paesi ricchi vs paesi emergenti

Crescita vs stabilità

Segmenti ricchi vs. segmenti poveri

Dimensione della popolazione

Dimensione consumi individuali

Tendenze consumi individuali

- **Consumo potenziale, consumo effettivo, trend consumo**

- **Apertura del mercato (import e consumi)**
  - **Competitività (quota import italiano)**

Quota import su consumi

Quota import ITA su import

Posizione ITA tra importatori

# Analisi dei mercati

- Indici sul potere di acquisto (PIL, variazione PIL, distribuzione della ricchezza)

Paesi obiettivo	PIL pro-capite [US\$ per abitante]	Variazione PIL ultimi 3 anni [%]	Indice di Gini [0-1]	Potere di acquisto
Stati Uniti	42.082	2,5%	0,41	😊 😊 😊
Gran Bretagna	43.200	-1,1%	0,35	😊 😞 😊
Giappone	39.300	-0,7%	0,32	😊 😞 😊
Cina	12.500	5,2%	0,38	😊 😊 😊
Russia	10.262	1,3%	0,36	😞 😊 😊
Singapore	66.300	6,6	0,38	😊 😊 😊
Tailandia	7.448	-1,7	0,35	😞 😞 😊

- Indici di dimensione del mercato (consumo potenziale, consumo effettivo, trend consumi)

	Popolazione [milioni di abitanti]	Consumo pro-capite di vino [lt/abitante]	Trend consumi [ultimi 3 anni]	Dimensione del mercato
Stati Uniti	331,5	10,0	≡	😊 😊 😊
Regno Unito	67,2	19,8	≡	😊 😊 😊
Giappone	126,1	3,0	≡	😊 😞 😊
Cina	1.400	0,9	▼	😊 😞 😞
Russia	144,1	7,2	≡	😊 😊 😊
Singapore	5,8	3,0	≡	😞 😊 😊
Tailandia	70,0	0,1	≡	😊 😞 😊

- Indici di apertura del mercato (import/consumi, import IT/import totale) e competizione (primi 5 fornitori, posizione Italia su importatori)

	Import / consumi [%]	Import italiani / import tot [%]	Primi 5 fornitori [%]	Fornitori 90% import [n.]	Posizione Italia import Vino	Posizione Italia import Spum.	Apertura mercato vino	Competizione	
								Vino totale	Spumanti
Stati Uniti	42,1	27,7	76,4	7	1	1	😊 😊	😊	😊
Regno Unito	101,0	24,6	86,0	9	1	1	😊 😊	😊	😊
Giappone	74,1	15,7	97,4	5	4	3	😊 😊	😞	😊
Cina	40,4	7,0	75,4	7	4	1	😊 😞	😞	😊
Russia	58,7	31,8	80,5	9	1	1	😊 😊	😊	😊
Singapore	270,0	7,1	89,3	4	3	3	😊 😞	😞	😊
Tailandia	68,2	9,8	92,1	4	4	2	😊 😞	😞	😊
<b>Mondo</b>	<b>33,2</b>	<b>28,4</b>	<b>67,0</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>1</b>			



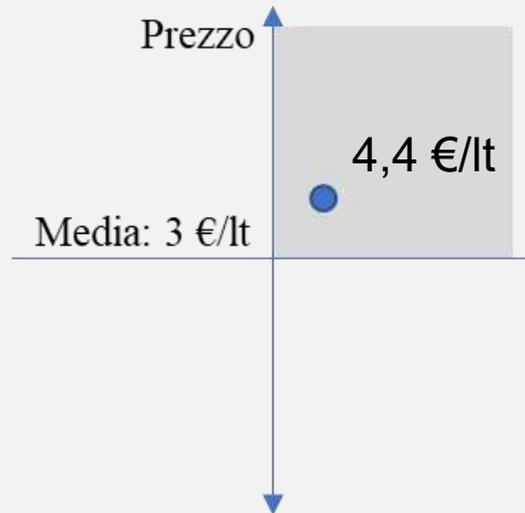
# Stati Uniti

Potere di acquisto	Mercato vino	Apertura mercato	Competizione
😊😊😊	😊😊😊	😊😊	😊😊

## Ciclo di vita



## Posizionamento



Consumo pro-capite apparente di vino (l/pax)



- Mercato ricco, grandi dimensioni, maturo (?)
- Consumi in crescita
- Import elevato
- Dipendenza estero media (produzione locale)
- Ottima posizione competitiva
- Posizionamento medio
- Barriere: accise/monopoli
- Problemi: logistica/trasporti



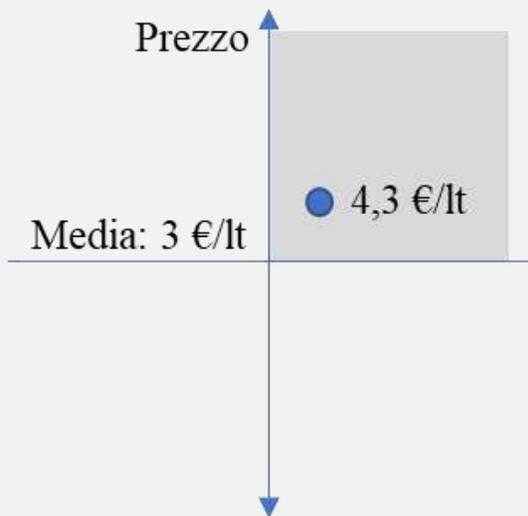
# Gran Bretagna

Potere di acquisto	Mercato vino	Apertura mercato	Competizione
😊 😞 😊	😊 😊 😐	😊 😊	😊 😊

## Ciclo di vita



## Posizionamento



## Consumo pro-capite (l/pax)



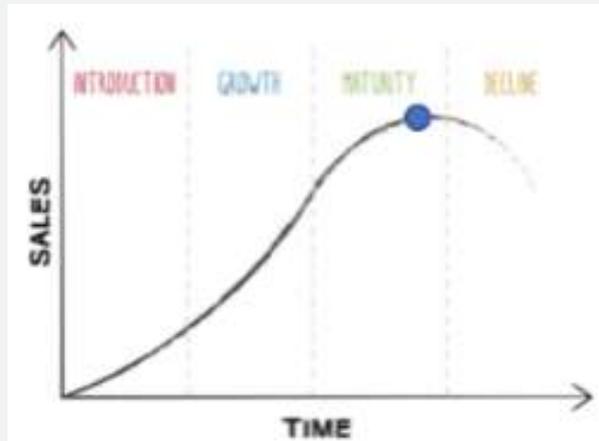
- Mercato ricco, grandi dimensioni
- Consumi stabili
- Import elevato
- Dipendenza estero alta
- Ottima posizione competitiva
- Posizionamento medio
- Barriere: tasse/accise
- Problemi: Brexit



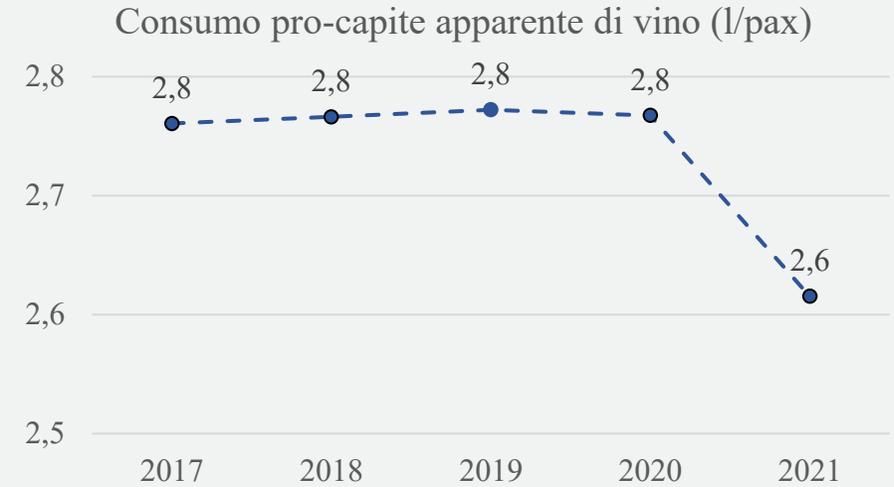
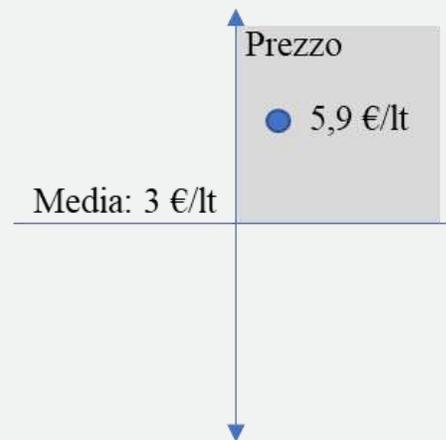
# Giappone

Potere di acquisto	Mercato vino	Apertura mercato	Competizione
😊 😞 😊	😊 😐 😞	😊 😐	😞 😐

## Ciclo di vita



## Posizionamento



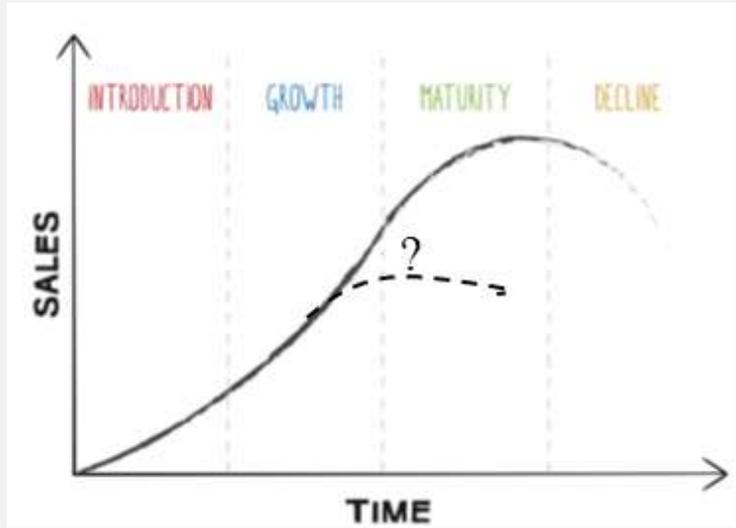
- Merco ricco, grandi dimensioni,
- Consumi bassi, stabili
- Import elevato
- Dipendenza estero elevata
- Posizione competitiva medio-bassa
- Posizionamento medio-alto
- Problemi: mercato saturo, post-covid



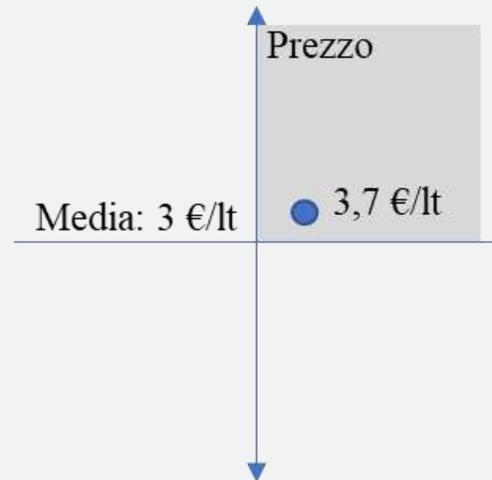
# Cina

Potere di acquisto	Mercato vino	Apertura mercato	Competizione
😊 😊 😊	😊 😞 😞	😊 😞	😞 😊

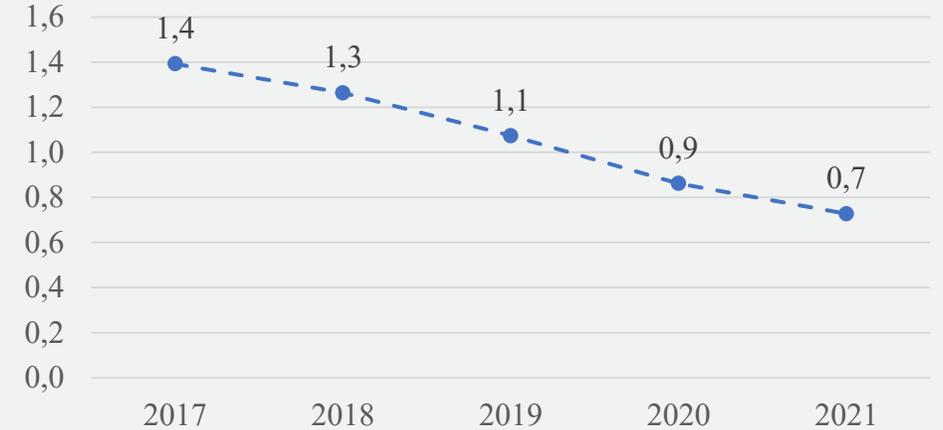
## Ciclo di vita



## Posizionamento



Consumo pro-capite apparente di vino (l/pax)



- Mercato segmentato (classi sociali ricche), grandi dimensioni
- Consumi bassi e in calo
- Import elevato
- Forte competizione (Francia, Australia, Cile)
- Buona posizione su spumanti
- Posizionamento medio-basso
- Barriere: concorrenza altri paesi
- Problemi: forza dei concorrenti, post-covid

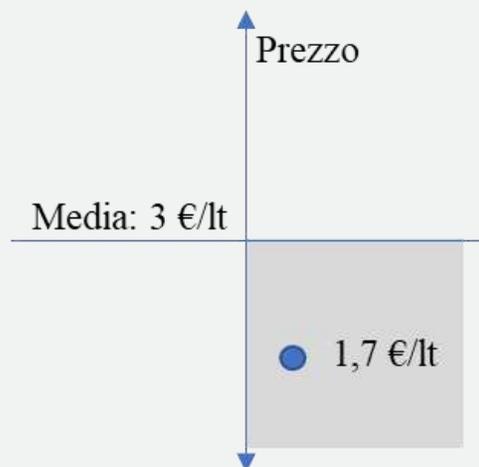


# Russia

Potere di acquisto	Mercato vino	Apertura mercato	Competizione
☹️ 😐 😐	😊 😐 😐	😊 😊	😊 😊

## Ciclo di vita

## Posizionamento



Consumo pro-capite apparente di vino (l/pax)



- Mercato mediamente ricco e segmentato (classi sociali ricche), grandi dimensioni
- Consumi medi in crescita,
- Import medio (34% consumi)
- Buona posizione competitiva (Francia)
- Posizionamento basso
- Barriere: embargo prodotti alimentari, sostituzione vino/superalcolici
- Problemi: conflitto russo-ucraino



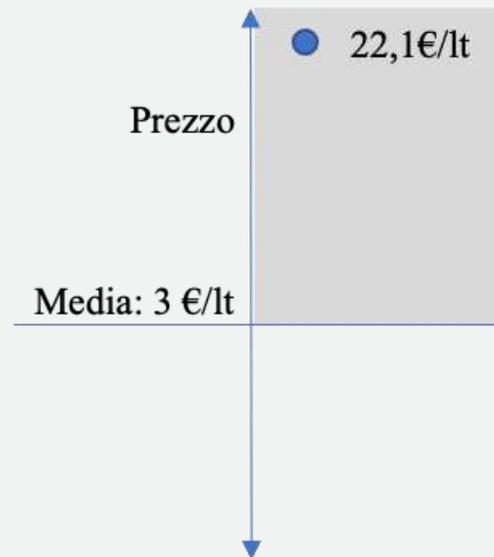
# Singapore (mercato di riesportazione)

Potere di acquisto	Mercato vino	Apertura mercato	Competizione
😊😊😊	😡 😐 😐	😊 😡	😡 😐

	2019	2020	2021
<b>Consumi (000 hl)</b>			
Singapore	174	160	160
Tailandia	22	10	10
<b>Consumi pro capite (l/anno)</b>			
Singapore	3,4	3,0	3,0
Tailandia	0,1	0,1	0,1
<b>Importazioni (000 hl)</b>			
Singapore	306	260	320
Tailandia	125	101	84

## Ciclo di vita

## Posizionamento



- Città stato. Alto potere di acquisto e concentrazione ricchezza
- Import alto (200% consumi)
- Mercato di riesportazione
- Consumi bassi e concentrati in classi ricche
- Forte competizione (Francia, Cile, Australia)



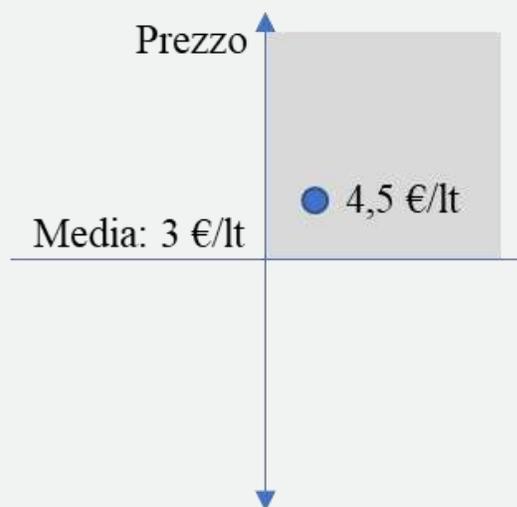
# Tailandia

Potere di acquisto	Mercato vino	Apertura mercato	Competizione
😊 😞 😐	😊 😞 😐	😊 😞	😞 😐

## Ciclo di vita



## Posizionamento

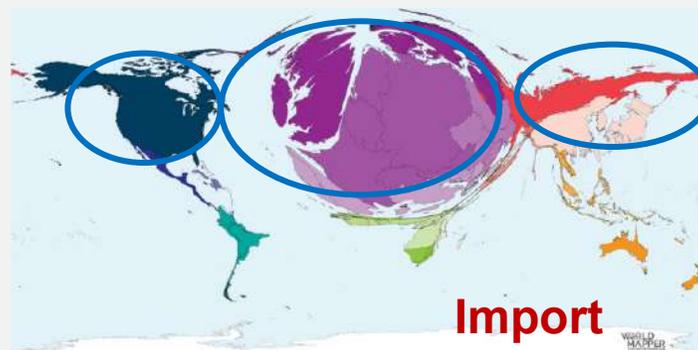
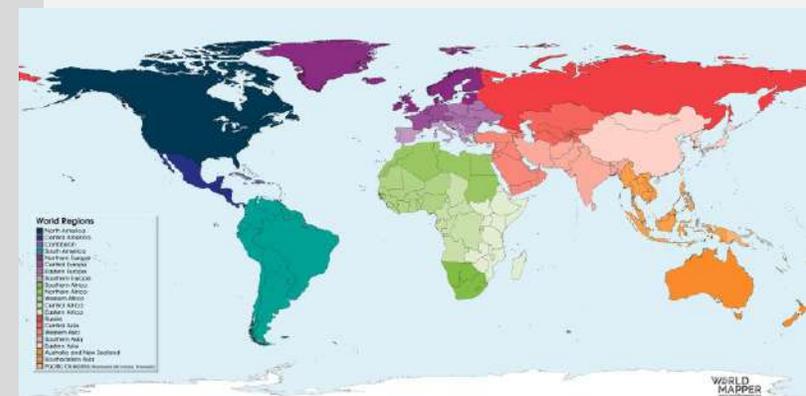
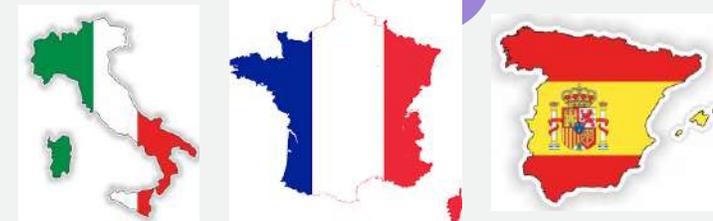


	2019	2020	2021
<b>Consumi (000 hl)</b>			
Singapore	174	160	160
<b>Tailandia</b>	22	10	10
<b>Consumi pro capite (l/anno)</b>			
Singapore	3,4	3,0	3,0
<b>Tailandia</b>	0,1	0,1	0,1
<b>Importazioni (000 hl)</b>			
Singapore	306	260	320
<b>Tailandia</b>	125	101	84

- Mercati di medie dimensioni, basso potere di acquisto
- Consumi molto bassi
- Import alto (> 100% consumi)
- Forte competizione (Australia, Francia, Cile); meno su spumanti
- Posizionamento medio
- Problema: consumi legati al turismo e/o riesportazione

# Conclusioni (2)

- La Doc Delle Venezie ha dato un forte contributo alle esportazioni dei vini bianchi di qualità del Nord-est
- I principali mercati di esportazione (circa 80% delle vendite): Stati Uniti, Germania, Gran Bretagna, Canada, Olanda.
- Mercati di esportazione marginali (15% delle vendite: Russia, Australia, Belgio, Giappone, Irlanda, Francia, Danimarca, Norvegia, Austria, Svizzera, ecc.
- I mercati di importazione hanno comportamenti molto diversi e richiedono molto impegno per elaborare strategie di vendita efficaci (es. comunicazione)
  - **Paesi affidabili:** Nord America (Stati Uniti, Canada), Unione Europea (Germania, Olanda, Francia, Danimarca), Europa non UE (Gran Bretagna, Svizzera, Norvegia), Asia (Giappone)
  - **Paesi instabili o difficili:** Russia, Cina, Brasile, Sud America, Australia, Sudafrica
  - **Paesi speciali:** Singapore, Taiwan, Turchia



# Conclusioni (2)

## • STRATEGIE

- Mantenere o accrescere la quota di mercato (fidelizzare gli acquirenti)
- Penetrazione dei mercati (nuovi clienti) Evitare di interrompere la filiere (es. Covid in Asia e conflitto russo ucraino)
- Cautela nella fissazione del prezzo (alta contendibilità dei mercati)

## • RISCHI E MINACCE

- Ciclo di vita e maturità dei mercati
- Concorrenza di altri paesi (es. Cina) nella fase post-Covid
- Concorrenza Pinot Grigio di altri paesi (vitigno internazionale. Es Germania, Stati Uniti)
- Cannibalizzazione tra imprese tra di altre regioni italiane o di altri segmenti (tra denominazioni nei vini bianchi fermi, tra vini bianchi fermi e spumanti) o tra imprese della stessa denominazione
- Mancano le insegne distributive italiane nel mondo (es. Auchan/Carefour in Francia)

• Attività di comunicazione mirate e sinergie nelle attività che interessano altri i vini regionali o altre denominazioni

• Sfruttare l'effetto comunicativo degli spumanti





Cin!



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PADOVA

