WineLetter

NEWSLETTER PER I VITICOLTORI **COLDIRETTI**

N.0 Maggio 2020. *Scenari di mercato tra lockdown e ripartenza*

IL VINO ITALIANO DOPO DUE MESI PANDEMICI

I dati del primo trimestre 2020 sembrano all'apparenza confortanti, ma scontano due fattori dirimenti per la ricostruzione di un quadro realistico della situazione: Il primo è che il trimestre considerato beneficia dello slancio dei mesi di gennaio e febbraio in cui il Paese e gran parte del mondo erano ancora fuori pandemia, il secondo che l'inizio del lockdown ha stimolato una corsa alle scorte di cui hanno beneficiato molti prodotti alimentari, incluso il vino. Le difficoltà sono venute fuori dalla metà di marzo e come ci racconta il report Ismea pubblicato il 30 aprile scorso le prime settimane di aprile hanno confermato la progressiva sofferenza del settore. Le sfaccettature di questa situazione sono molteplici e a pesare è soprattutto il blocco dell'Horeca (nazionale ed estera) accompagnato dalle preoccupazioni per una stagione turistica che sarebbe dovuta già iniziare e che se vedrà la luce lo farà con molte difficoltà. Un dato che rende palese il parziale collasso del settore è dato dalla netta contrazione delle uscite dalle cantine (-35% la differenza tra le ultime due settimane di marzo e le prime due di aprile). A dominare oggi (e probabilmente per molto) è l'incertezza ed in questa dobbiamo ricercare le soluzioni per il futuro.

> **LA SPINTA DELLA DISTRIBUZIONE AL DETTAGLIO NON COMPENSA IL BLOCCO HORECA**

NELL'INCERTEZZA RIDISEGNARE IL BUSINESS È LA STRADA MAESTRA

Vendite, on line, delivery, voucher enoturistici, crowd farming , gift card, piattaforme virtuali ed esperenziali: tutti questi termini stanno entrando nel lessico dei consumatori e dei venditori. Alcune vi albergavano già da tempo, altre sono il frutto di innovazioni dettate dall'emergenza. In questi nuovi spazi vanno indirizzati i nostri sforzi organizzativi e creativi . Nell'attesa di una rinascita o di un rimbalzo che ci potrà essere solo quando tutto questo sarà alle nostre spalle.

NUOVE FISIONOMIE DI CONSUMO MA MENO STIMOLI PER CONOSCENZA E SPERIMENTAZIONE

Questo è il risultato della recente indagine Winemonitor, che evidenzia come la funzione "search" del consumatore risulti appiattita con la riduzione degli spazi di socialità e con gli acquisti on line. La sperimentazione delle novità di prodotto risulta in calo rispetto al pre-lockdown (dal 73% al 59%), come la preferenza verso i piccoli produttori (dal 65% al 58%), i vini sostenibili (dal 65% al 61%) e gli autoctoni (dall'81% al 76%).

INSIEME ALL'HORECA RISCHIA DI CROLLARE L'EXPORT DI VINO, MA NON TUTTI SONO COLPITI ALLO STESSO MODO

QUASI 6,5 MILIARDI IL VALORE DELL'EXPORT DI VINO ITALIANO NEL 2019. ORA LE STIME Più OTTIMISTICHE SEGNALANO PERDITE PER ALMENO 1 MILIARDO.

Queste stime, avvolte dall'incertezza sulla effettiva uscita dalla situazione pandemica, sono lo spaccato di un quadro più ampio che avvolge l'intero comparto mondiale del vino e che consideriamo ottimistiche in quanto non scontano il presumibile calo della domanda che seguirà la l'inevitabile fase recessiva che sta colpendo l'intero globo. Jean-Marie Barillère, presidente del Comité Européen des Entreprises Vins (Ceev) sottolinea come con l'Horeca chiusa praticamente ovunque, oggi circa il il 30% in volume ed il 50% in valore del mercato del vino europeo risulta sostanzialmente bloccato.

I PRODOTTI PREMIUM E I PRODUTTORI MEDIO-PICCOLI I PIÙ COLPITI

Le aziende medio piccole persi gli sbocchi della ristorazione e del turismo scontano le maggiori difficoltà a dialogare con la GDO e a competere in termini di prezzo. Un esempio di come evolve il mercato: I dati IRI per gli USA mostrano la tendenza alla crescita dei grandi formati, in particolare i bag in box da 3 litri (+46,7%), e quelli da 5 litri (+19%), con la fascia tra 9 e 18 euro ad essere premiante. Stessa fenomenologia in Italia dove nel primi mesi del 2020 si è registrato il forte incremento del Brik (+8,8%) e del bag in box (+37%).

IL VINO VOLA SUL WEB

"

IL DELIVERY E LE PIATTAFORME SONO IL NUOVO FRONTE?

I dati parlano chiaro anche se ancora approssimativi. I fatturati delle maggiori piattaforme on line in Italia e all'estero segnano aumenti delle vendite tra il 70 e il 130%. Ma anche in questo caso i comportamenti di acquisto seguono uno scenario che potremmo definire, almeno per il momento "pandemico e recessivo". I dati del portale italiano più importante, Tannico, nel generale incremento delle vendite segnalano si un aumento del 10% nella frequenza di acquisto e un incremento del 5% nella quantità di bottiglie per ordine effettuato, ma evidenziano anche un netto calo dei prodotti premium e l'aumento di quelli delle denominazioni con prezzi moderati (Sicilia bianco +100%, Venezia Giulia bianco+100%, Sicilia rosso +50%, Chianti classico +30%, Barbera 15%).

TUTTO IL MONDO È PAESE

DOPO LO SPRINT I CONSUMI RALLENTANO.

Secondo l'indagine sui consumatori tracker Covid-19 di GlobalData, nella settimana tra il 27 aprile e il 5 maggio, il 33% dei consumatori globali (11 paesi monitorati) afferma di aver interrotto gli acquisti di vino o di averli ridotti, mentre solo il 13% afferma di acquistare di più. Questo dato confermerebbe come l'effetto scorta che ha spinto la corsa agli acquisti si stia progressivamente esaurendo.

A mutare è la struttura degli acquisti come prevedibile e quelli che prima erano considerati canali residuali (anche se in crescita) recuperano velocemente spazio. In questa riconfigurazione anche il prezzo torna ad essere fattore cruciale. Una curiosità arriva dal mondo asiatico, dove le vendite di vini e alcolici rari sono aumentate del 25% in Cina durante marzo, secondo il commerciante globale BI Fine Wine & Spirits.

Il grande cruccio per molti è però soprattutto a stelle e strisce. L'OIV stima che il blocco dell'Horeca negli USA, unito alle difficoltà logistiche e ai dazi al 25%, possano causare una riduzione del 35% delle esportazioni in volume e del 50% in valore (fonte: reuters).

MISURE PER TAMPONARE LA CRISI: ALCUNI SPUNTI DI DISCUSSIONE

Molte iniziative sono già state intraprese in ambito comunitario e nazionale, veicolate da Coldiretti che si è fatta in questi giorni promotrice di ulteriori proposte sulle quali siete stati aggiornati. Questo spazio, predisposto in via sperimentale per l'incontro della Consulta Vino, vuole aprire ad ulteriori riflessioni ed essere in questo senso lo stimolo per costruire ulteriori proposte da proporre in vista delle nuove iniziative governative. Il tema centrale è il gap Horeca. Il lungo periodo di lockdown ha di fatto azzerato la liquidità della filiera Horeca, che potrà migliorare ma non risolversi con la graduale riapertura. Le perdite sono stimate in circa 20 miliardi di euro. Da questo deriva non solo un gap di vendite, ma anche di crediti inesigibili. E allora due proposte ci solleticano immediatamente: la proposta di un'IVA agevolata per il vino e la proposta di un credito di imposta per i crediti inesigibili derivanti dalla crisi COVID-19. A questa aggiungiamo la necessità di una moratoria commerciale sui dazi, in particolare verso gli USA, ma anche verso altri mercati (in attesa della tegola Brexit)

#1 IVA AGEVOLATA PER IL VINO

#2 CREDITO D'IMPOSTA PER CREDITI INESIGIBILI

#3 MORATORIA SUI DAZI

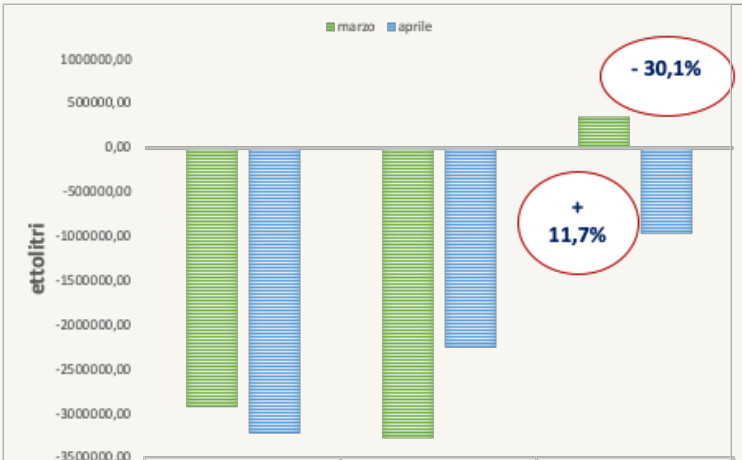
DOBBIAMO (?) RIDISEGNARE IL NOSTRO FUTURO E COME

L'obiettivo di questa riflessione è infatti anche quello di andare oltre le richieste e se possibile formulare obiettivi organizzativi per intercettare in modo efficace le nuove traiettorie del mercato che abbiamo brevemente delineato. Il tema è il come, quali iniziative. Quale è lo spazio di iniziativa che come Coldiretti possiamo assumere per rafforzare le nostre prerogative verso la GDO, sulle piattaforme on line, sul wine delivery, sulle esperienze virtuali? Come prepararci ad una ripartenza forse al rallentatore e ad un possibile (ma anche probabile rimbalzo) finita la pandemia?

IL VINO RESTA IN CANTINA. APRILE SEGNA L'INIZIO DI UNO SPARTIACQUE CHE FA PAURA

Il diverso posizionamento sul calendario 2020 delle festività pasquali rispetto al 2019 aveva edulcorato i dati delle giacenze di vino nelle cantine italiane per il mese di Marzo e in qualche modo ci aveva anche confortato. La verità sta però iniziando ad emergere in tutta la sua drammaticità nel mese di Aprile, assopitosi anche l'effetto della corsa agli acquisti della prima fase di lockdown. I dati dei registri di cantina, elaborati dalla piattaforma SIAN e in parte da noi stimati, evidenzia una contrazione delle giacenze nel mese di aprile 2020 (minore uscita di vino dalle cantine) più bassa del 30% rispetto allo stesso mese del 2019. Se si prende a riferimento il bimestre marzo - aprile (quindi dall'inizio del lockdown) la diminuzione appare meno marcata (-10,2%), per le motivazioni su espresse, ma comunque significativa.

I DATI DELLE GIACENZE DI CANTINA



	2019	2020	variazione 2019/2020
marzo	-2931451,58	-3274883,38	343341,80
aprile	-3222865,30	-2254190,00	-968675,30

	2019	2020	variazione 2019/2020
marzo aprile	-6154316,88	-5529073,38	-625333,51

CREARE IL FUTURO FACENDO LEVA SUL PRESENTE

Questa celebre frase di Schumpeter è senza tempo e la storia recente della Coldiretti ne è la prova. Una prova di forza e di creatività. Da questa dobbiamo ripartire per dare un respiro ad iniziative di riorganizzazione del nostro business. L'ombrello Coldiretti è oggi un brand solido, un bagaglio di reputazione che ci portiamo dietro e che oggi può venirci in soccorso. Dobbiamo interrogarci su come utilizzarlo al meglio e in questa direzione dobbiamo interrogarci su come capitalizzare questo valore ora, nel pieno della crisi. Anche qui alcune sollecitazioni per stimolare la riflessione dei partecipanti alla Consulta. Come conquistare maggiore spazio on line? Come rafforzare il nostro rapporto con la GDO?Come veicolare al meglio i nostri pacchetti eno-turistici? Quali spazi conquistare nel delivery?

> "
> **L'UOMO D'AZIONE CAMBIA LA REALTÀ**

#1 CONNESSIONI CON LA PIATTAFORMA DI CAMPAGNA AMICA

#2 ACCORDI STRATEGICI CON I PLAYER DELLE VENDITE ON LINE

#3 ACCORDI STRATEGICI CON I PLAYER DEL FOOD DELIVERY

#4 ACCORDI CON START-UP DEL VINO ESPERENZIALE

#5 VOUCHER ENO-TURISTICI

#6 VINI EROICI AL SUPERMARKET

COLDIRETTI

Coordinamento: Francesco FERRERI
A cura di:
Domenico BOSCO e Felice ADINOLFI