



wine2wine

L'Osservatorio b2b di Vinitaly



## OUTLOOK – FOCUS 1° QUAD. 2015

---

N. 4 - GIUGNO 2015

---



**vinitaly**  
*Another love story in Verona*

## wine2wine: il forum sul business del vino

**Un evento per informarsi, aggiornarsi, riflettere, ispirarsi**

*wine2wine* è la piattaforma business to business di Veronafiere e Vinitaly, che sviluppa il più importante momento di incontro e confronto per la filiera vitivinicola, focalizzato sulle dinamiche del business del vino anziché il prodotto.

A chiusura dell'anno, nelle date del 2 e 3 dicembre 2015 è in programma la nuova edizione di *wine2wine*, rivolta specificatamente ai produttori e operatori della filiera del vino. L'evento avrà luogo presso il Centro Congressi della Fiera di Verona.

*wine2wine* è l'unico evento in Italia dedicato esclusivamente al business del settore vitivinicolo, una occasione unica di incontro tra i vari player coinvolti nella produzione e distribuzione di vino.

L'evento si articola in diversi **seminari** all'interno di una **area business** di aziende selezionate, leader nel loro settore, che forniranno informazioni, stimoli, tendenze e nuovi strumenti per affrontare i cambiamenti in atto e creare nuove opportunità in un mercato sempre più complesso e competitivo.



wine2wine  
Il forum sul business del vino

**2-3 dicembre 2015**  
Centro Congressi Veronafiere | Verona



Un evento per  
informarsi, aggiornarsi, riflettere, ispirarsi

[www.wine2wine.net](http://www.wine2wine.net)

Veronafiere è lieta di presentare la quarta edizione dell'outlook sul settore vitivinicolo, realizzato da *wine2wine*, la piattaforma business to business dedicata agli operatori specializzati.

L'outlook è uno strumento di lettura dei trend economici per diversi ambiti del settore vitivinicolo. Questo studio è stato condotto intervistando le aziende vitivinicole della sfera di "Vinitaly", per raccogliere la loro percezione sulle dinamiche generali, oltre a valutazioni più puntuali sull'andamento della propria azienda.

I dati raccolti ed elaborati sono presentati in modo aggregato, così da offrire un dato tendenziale di settore.

La presentazione dei risultati viene svolta in forma grafica e con una breve descrizione di approfondimento, che sintetizza elaborazioni più approfondite.

Questo quarto outlook è focalizzato sull'andamento del mercato domestico e dei principali mercati di esportazione, con un focus specifico anche per canale distributivo.

Ci auguriamo che i nostri sforzi risultino di interesse e riscontrino un giudizio positivo.

Non dimenticate di segnare in agenda le date del 2 e 3 dicembre 2015, per la seconda edizione di "wine2wine" il Forum sul business del vino.

Buona lettura!



# wine2wine outlook

## n. 4 - Focus 1° quadrimestre 2015

### INDICE

Le Cantine italiane	<i>Pag. 7</i>
Indice di soddisfazione andamento attuale	9
Analisi fatturato 1° quad (Esteri)	11
Analisi fatturato 1° quad (Italia)	14
Focus canali distributivi	16



## LE CANTINE ITALIANE

Questo outlook è stato pensato per essere uno strumento di confronto, benchmark ed analisi per i produttori di vino, al fine di intravedere attraverso i numeri la traiettoria delle proprie scelte imprenditoriali. Inoltre il materiale raccolto è un importante elemento di studio e approfondimento per tutti gli operatori dell'industria vitivinicola.

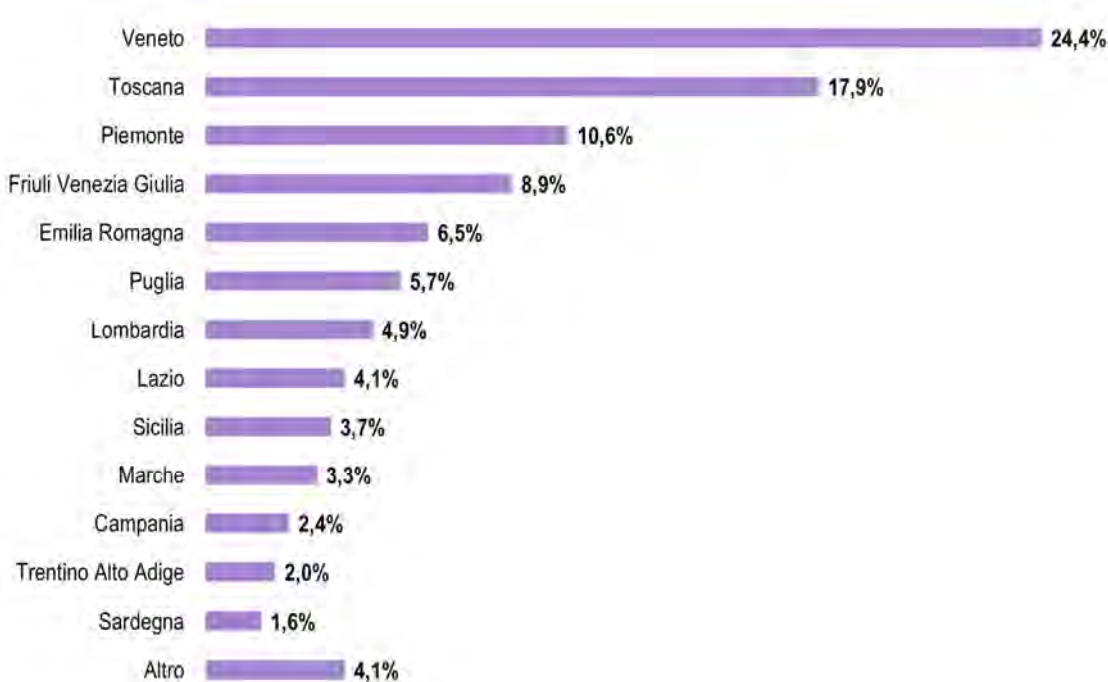
L'indagine è stata condotta sulle aziende produttrici di vino appartenenti alla sfera Vinitaly, e prevedeva la compilazione di un questionario composto da 14 domande, cui hanno risposto 432 aziende. Il campione è ampiamente rappresentativo dell'intero universo e permette generalizzazioni a livello nazionale.

I dati raccolti provengono da aziende produttrici di vino di tutta Italia. Il 24,4% dei produttori intervistati sono aziende venete, il 17,9% sono toscane, seguite dal 10,62% di aziende piemontesi.

Per rendere più semplice a livello di lettura i dati della copertura geografica, si è preferito dividere l'analisi nelle 4 macro aree seguenti: Nord Ovest (17,56%), Nord Est (35,4%), Centro (31,7%) e Sud/Isola (15,4%).

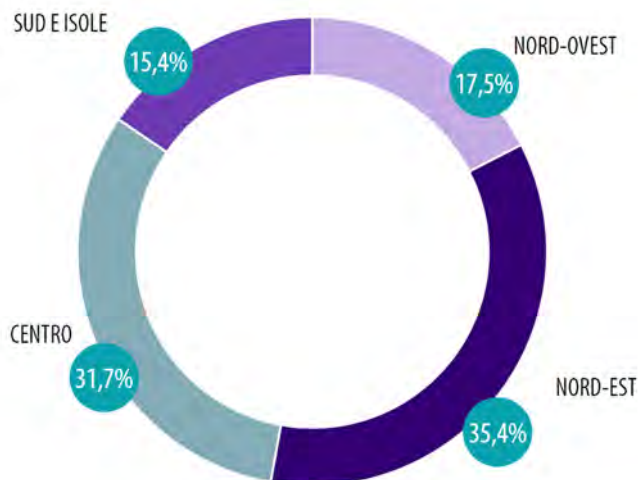
Questo permette di svolgere una analisi più approfondita, nella quale però va sempre ricordato il peso specifico che hanno le 3 regioni più rappresentate (Veneto, Toscana e Piemonte) all'interno delle proprie aree di riferimento (Nord Est, Centro e Nord Ovest).

### Regione di provenienza delle aziende intervistate



Fonte: dati ed elaborazioni wine2wine - Veronafiere



**Area geografica di provenienza**

Fonte: dati ed elaborazioni wine2wine - Veronafiere

In termini di fatturato il campione mostra la seguente distribuzione: il 16,5% di cantine dichiara un fatturato inferiore ai 150.000€ annui. Il 25,2% di cantine dichiara un fatturato tra i 150.001€ e 500.000€. Mentre il 15,7% delle cantine dichiara un fatturato dai 500.001€ ad 1.000.000. Questo dato porta a catalogare che il 57,4% delle cantine ha un fatturato sotto il milione di euro annui, confermando una dimensione relativamente ridotta, e di conseguenza una più complessa gestione di tutte le attività di management ed investimento che sempre di più vengono richieste dal mercato vitivinicolo domestico e mondiale.

**Fatturato**

Fonte: dati ed elaborazioni wine2wine - Veronafiere



### N. bottiglie prodotte/anno



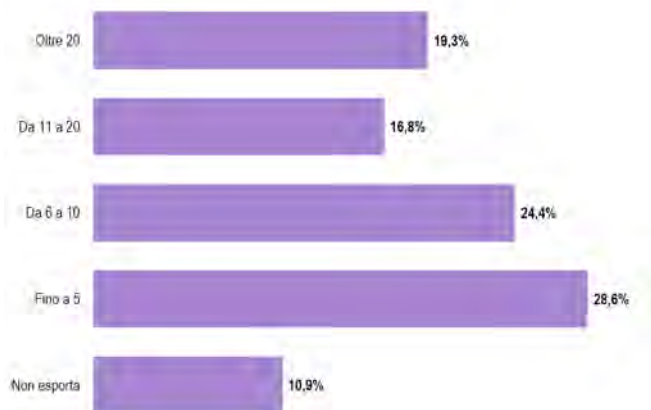
Fonte: dati ed elaborazioni wine2wine - Veronafiere

Il campione intervistato ha una distribuzione molto interessante a livello di numero totale di bottiglie prodotte.

L'8,7% di produttori dichiara di avere una produzione limitata fino a 15.000 bottiglie all'anno. Circa il 18,3% si posiziona nella fascia che va da 15.001 bottiglie a 50.000. Il 13% dei produttori si posiziona con una produzione annua che varia dalle 50.001 bottiglie alle 100.000. La più ampia parte dei produttori intervistati si posiziona nella fascia Media di produzione, con una quantità che varia dalle 100.001 alle 300.000. La percentuale di cantine che producono da 300.001 bottiglie a 1.000.000 si abbassa al 13,9%. Mentre la quantità di produttori che producono nel range 1-5 milioni di bottiglie prodotte all'anno sono l'8,7%. Il 13,9% delle cantine intervistate ha una produzione superiore ai 5 milioni di bottiglie annue.



**N. mercati di esportazione**



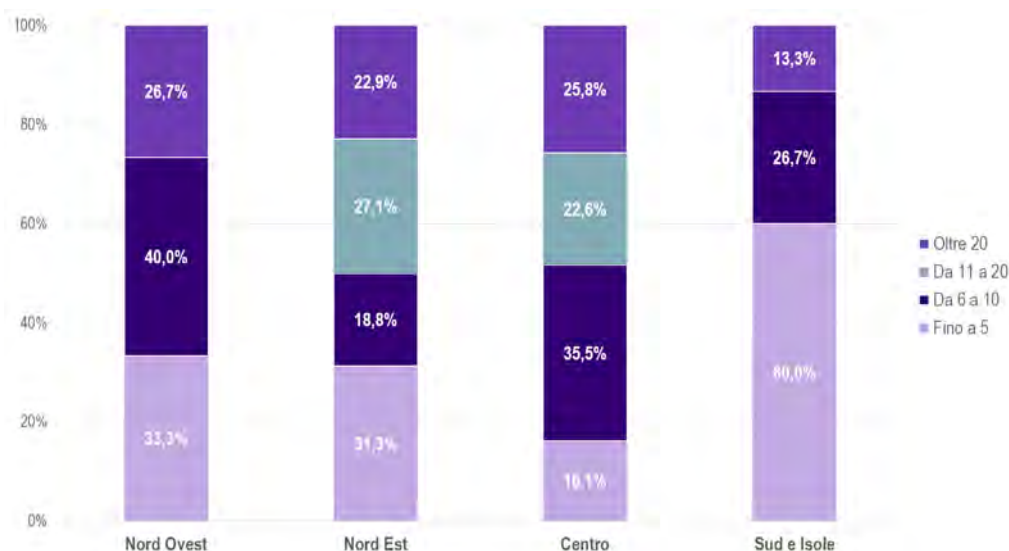
Fonte: dati ed elaborazioni wine2wine - Veronafiere

Le aziende vitivinicole italiane esportano il proprio vino mediamente in 16,1 mercati esteri.

La distribuzione vede un 19,3% di produttori commercializzare i propri prodotti in oltre 20 paesi, mentre il 16,8% in un numero compreso tra gli 11 ed i 20 paesi. Il 24,4% dei produttori dichiara di commercializzare il proprio vino in 6-10 paesi mentre il 28,6% esporta in meno di 5 paesi. Il 10,9% delle cantine non esporta.

Anche in questo caso si sono ricercate eventuali divergenze a livello territoriale sulla numerosità dei mercati in cui i produttori esportano. Quello che emerge è una situazione differente tra le 4 aree geografiche.

**N. mercati di esportazione per area geografica**



Fonte: dati ed elaborazioni wine2wine - Veronafiere



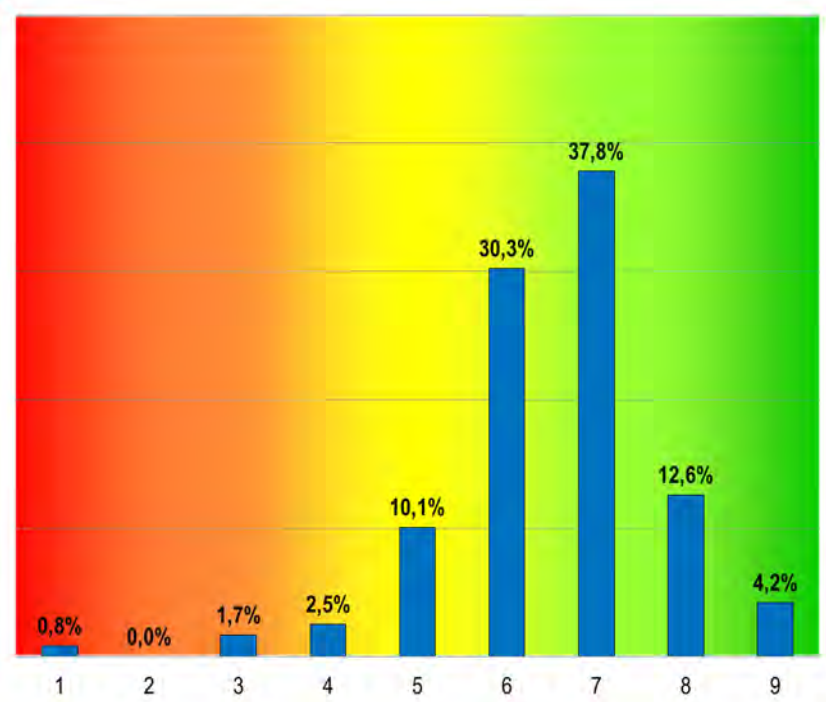


## INDICE SODDISFAZIONE ANDAMENTO ATTUALE

La prima domanda del questionario somministrato chiedeva il grado di soddisfazione complessiva sull'andamento attuale dell'azienda.

In generale le cantine hanno risposto in modo positivo e sono soddisfatte dell'andamento dell'inizio 2015. La valutazione media è 6,5 con la moda sul valore 7.

### Soddisfazione andamento attuale



Fonte: dati ed elaborazioni wine2wine - Veronafiere

Nei grafici seguenti approfondiamo l'indice di soddisfazione del mercato anche attraverso gli elementi di segmentazione individuati nelle pagine precedenti.

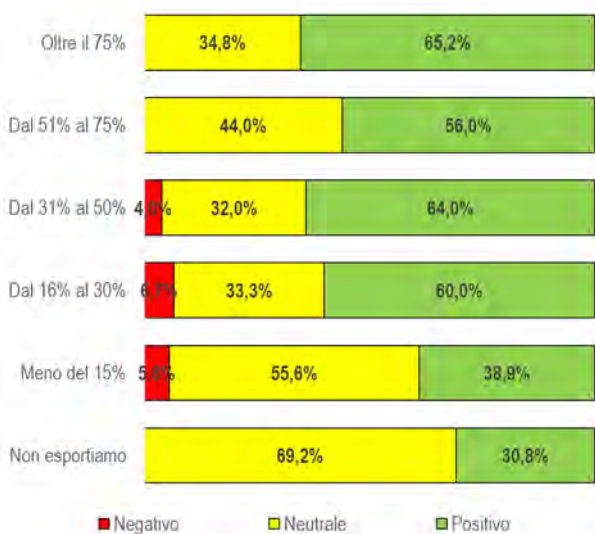
Innanzitutto si nota come il livello di soddisfazione sia strettamente correlato alla percentuale di export dell'azienda. Infatti l'85% delle cantine italiane è soddisfatto dell'attuale andamento del mercato, grazie soprattutto all'ottima performance dell'export nei primi 4 mesi dell'anno.

Anche la dimensione aziendale sia in termini di fatturato che di numero di bottiglie prodotte incide sulla soddisfazione attuale.

In generale si può considerare che le aziende più strutturate sono quelle con una visione più positiva sull'inizio dell'anno 2015.



**Approfondimento 1: Soddisfazione andamento attuale Vs. % di export**



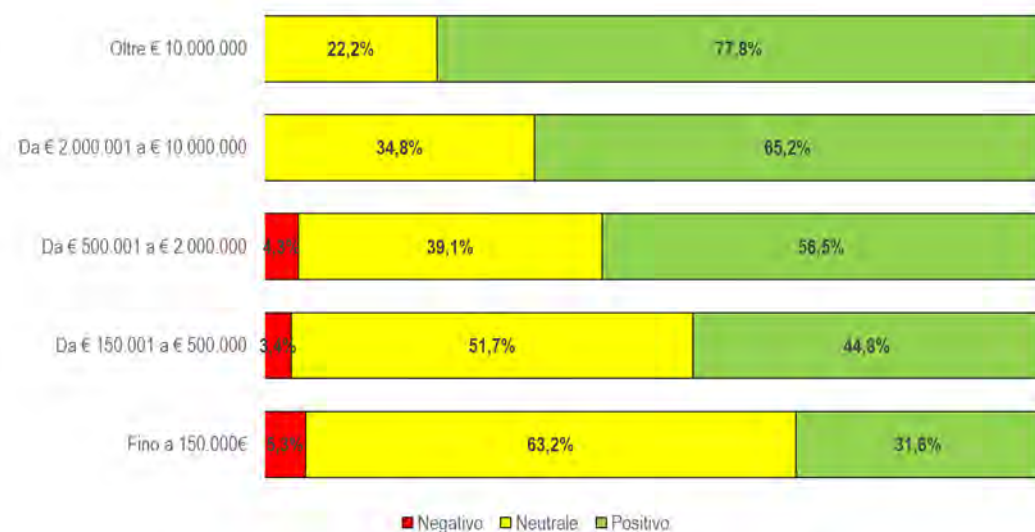
Dal grafico a sinistra si nota come le aziende più orientate ai mercati internazionali sono le più soddisfatte. Al contrario quelle che non esportano affatto sono le meno soddisfatte ma ritengono l'andamento della loro azienda stabile.

**Approfondimento 2: Soddisfazione andamento attuale Vs. N. bottiglie prodotte**



Anche la dimensione della produzione incide sulla soddisfazione sull'andamento del mercato. Le aziende con produzione maggiore sono quelle maggiormente soddisfatte.

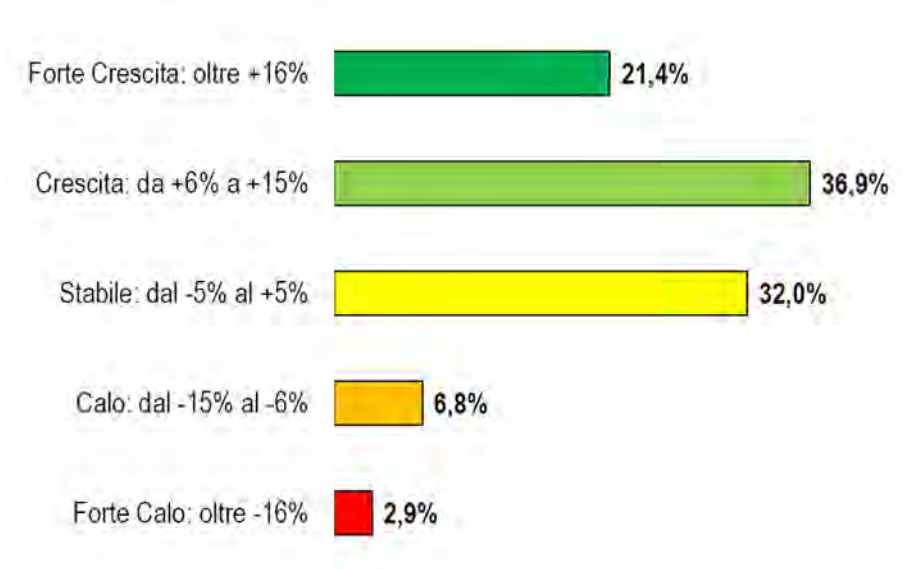
**Approfondimento 3: Soddisfazione andamento attuale Vs. Fatturato**



## ANALISI FATTURATO 1° QUAD. 2015—ESTERO

I fatturati generati oltre confine sono cresciuti, rispetto allo stesso periodo del 2014, nel 58,3% dei casi (stabili per il 32%, in calo per il 9,7%). Il 21,4% delle cantine ha dichiarato una crescita addirittura superiore al 15%.

### Variazione fatturato 1° quad. (estero)



Fonte: dati ed elaborazioni wine2wine - Veronafiere

Il trend è molto positivo soprattutto per le cantine del Nord-Est e dell'Italia meridionale, per quelle mediamente internazionalizzate (presenza in 6 - 20 mercati) e con percentuali di export già superiori al 30%.

Questo sentiment viene in parte confermato dai dati Istat del primo trimestre 2015 (ultima rilevazione disponibile), che indicano un valore delle esportazioni italiane di vino in aumento del 3,85% per un totale di quasi 1,189 miliardi di Euro, anche se con una contrazione di volumi di circa il 2%.

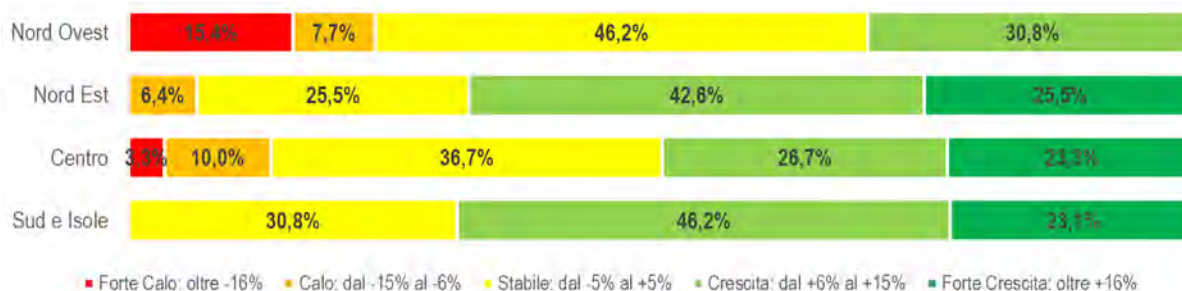
Grazie all'indebolimento dell'euro ed all'andamento generale dell'economia, gli Stati Uniti sono il mercato del momento: il 76,2% delle cantine intervistate ha infatti dichiarato che quello americano è tra i tre mercati (con Canada e Regno Unito) che in questo momento stanno crescendo maggiormente. Questa opinione è condivisa sia dalle aziende che vendono i propri vini in meno di 10 mercati, sia in quelle maggiormente internazionalizzate.

Più variegata l'opinione delle cantine nei confronti del mercato tedesco: una cantina su tre (32,7% per la precisione) ha dichiarato un aumento delle vendite in Germania, ma più di un terzo (34,7%) sono state quelle che, al contrario, registrano una contrazione.

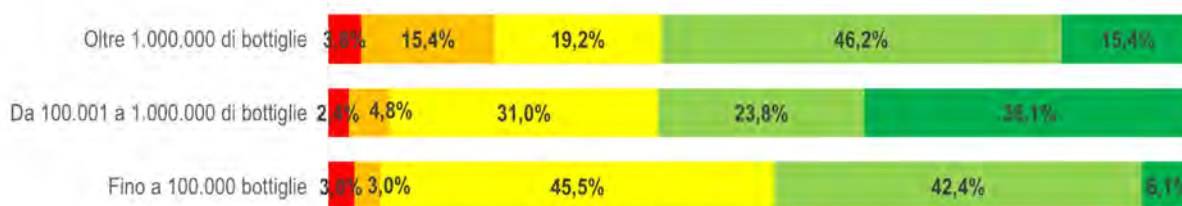
Tra le aziende che esportano in più di 20 mercati, solo la Russia ha avuto un andamento della domanda peggiore.



**Variatione fatturato 1° quad. (estero) - Focus per area geografica**



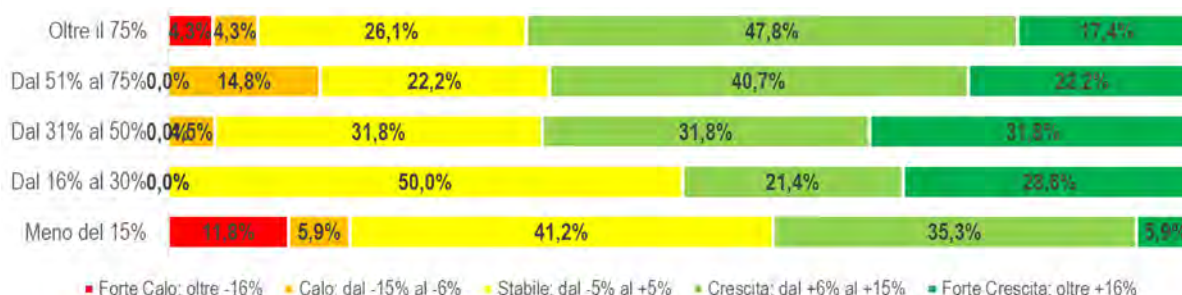
**Variatione fatturato 1° quad. (estero) - Focus per n. bottiglie prodotte**



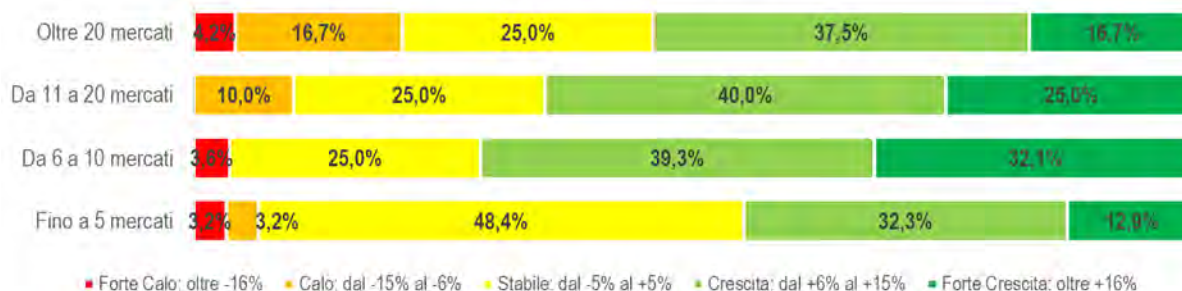
**Variatione fatturato 1° quad. (estero) - Focus per fascia di fatturato**



**Variatione fatturato 1° quad. (estero) - Focus per % di Export**



**Variatione fatturato 1° quad. (estero) - Focus per n. mercati di esportazione**



Anche la Cina mostra una situazione polarizzata, con aziende di piccole dimensioni che stanno aumentando le vendite (21,8% del totale), ed aziende più strutturate che, nel 16% dei casi, indicano il Paese asiatico come un mercato in calo.

Tra gli altri mercati, il 2015 è iniziato bene soprattutto in Canada e Regno Unito, mentre è diffuso il calo delle vendite nei Paesi Bassi (13,3%).

<b>Mercati in crescita</b>	
USA	76,2%
Germania	32,7%
Cina	21,8%
Canada	20,8%
UK	18,8%
Giappone	12,9%
Russia	8,9%
Svizzera	8,9%
Polonia	7,9%
Danimarca	5,9%

**Top 5 mercati esteri che stanno crescendo maggiormente in base al numero di mercati nei quali le cantine esportano**

Fino a 5	Da 6 a 10	Da 11 a 20	Oltre 20
USA	USA	USA	USA
Germania	Cina	Canada	Germania
Cina	Germania	Germania	Canada
Giappone	UK	UK	Giappone
Canada	Canada	Russia	UK

<b>Mercati in calo</b>	
Germania	34,7%
Russia	24,0%
Italia	18,7%
Cina	16,0%
Paesi Bassi	13,3%
Canada	9,3%
Giappone	9,3%
UK	9,3%
Svizzera	8,0%
Belgio	6,7%

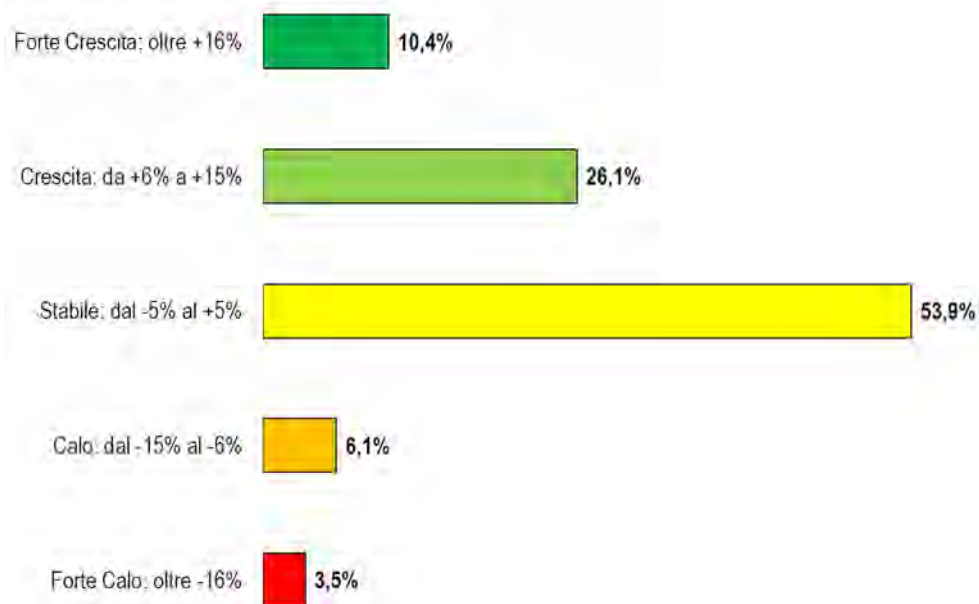
**5 mercati esteri nei quali le vendite si stanno contraendo maggiormente in base al numero di mercati nei quali le cantine esportano**

Fino a 5	Da 6 a 10	Da 11 a 20	Oltre 20
Italia	Germania	Germania	Russia
Germania	Russia	Russia	Germania
Cina	Giappone	Paesi Bassi	Cina
Giappone	Canada	UK	Brasile
Paesi Bassi	Paesi Bassi	Svizzera	Italia



## ANALISI FATTURATO 1° QUAD. 2015 - ITALIA

### Variazione fatturato 1° quad. (Italia)



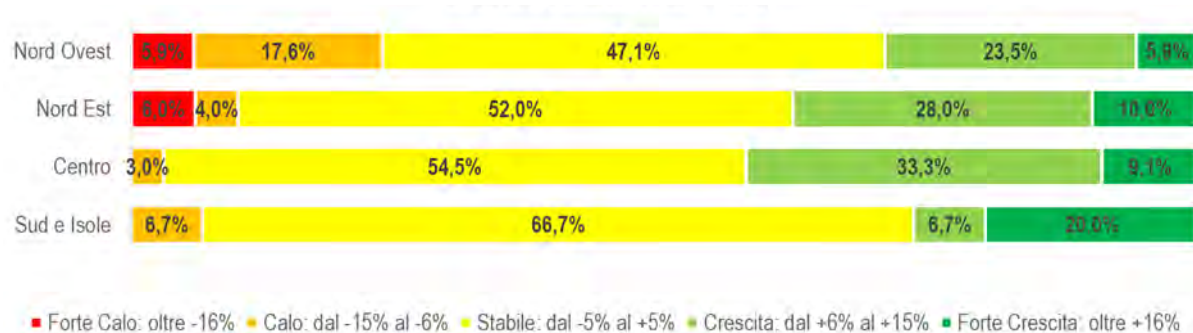
Fonte: dati ed elaborazioni wine2wine - Veronafiere

Abbiamo posto la domanda sull'andamento delle vendite nel primo quadrimestre anche con riferimento al mercato domestico. Per oltre 1 cantina su 2 l'andamento del fatturato è risultato stabile rispetto allo scorso anno. Circa 1 cantina su 10 ha invece evidenziato un calo del fatturato. Il 36,5% delle aziende intervistate ha rilevato invece un incremento del fatturato.

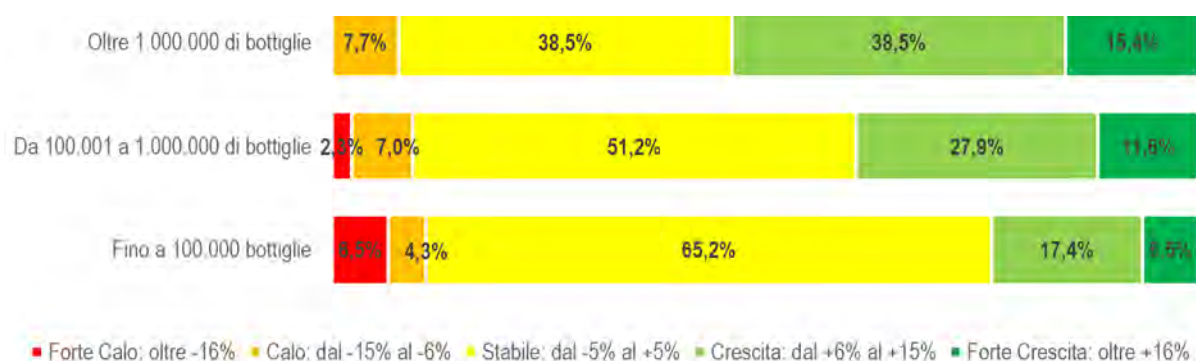
Anche in questo caso abbiamo approfondito le risposte per le varie segmentazioni proposte in precedenza.



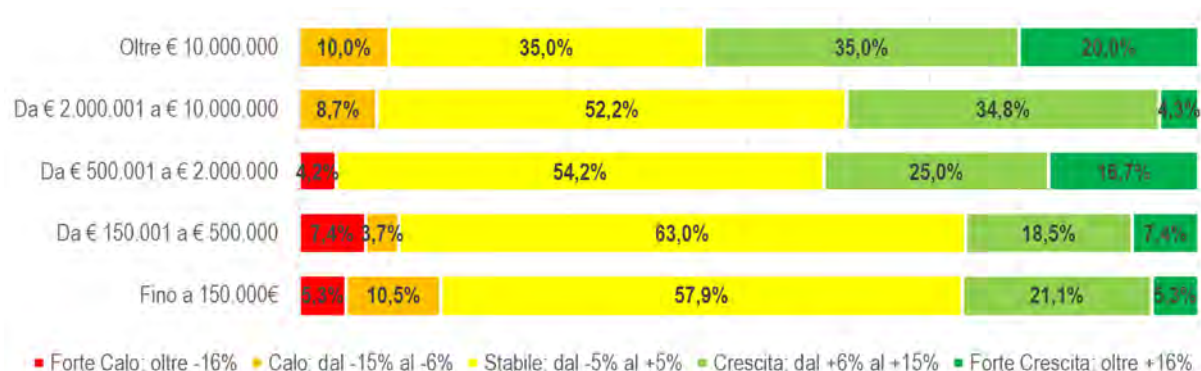
### Variatione fatturato 1° quad. (Italia) - Focus per area geografica



### Variatione fatturato 1° quad. (Italia) - Focus per n. bottiglie prodotte



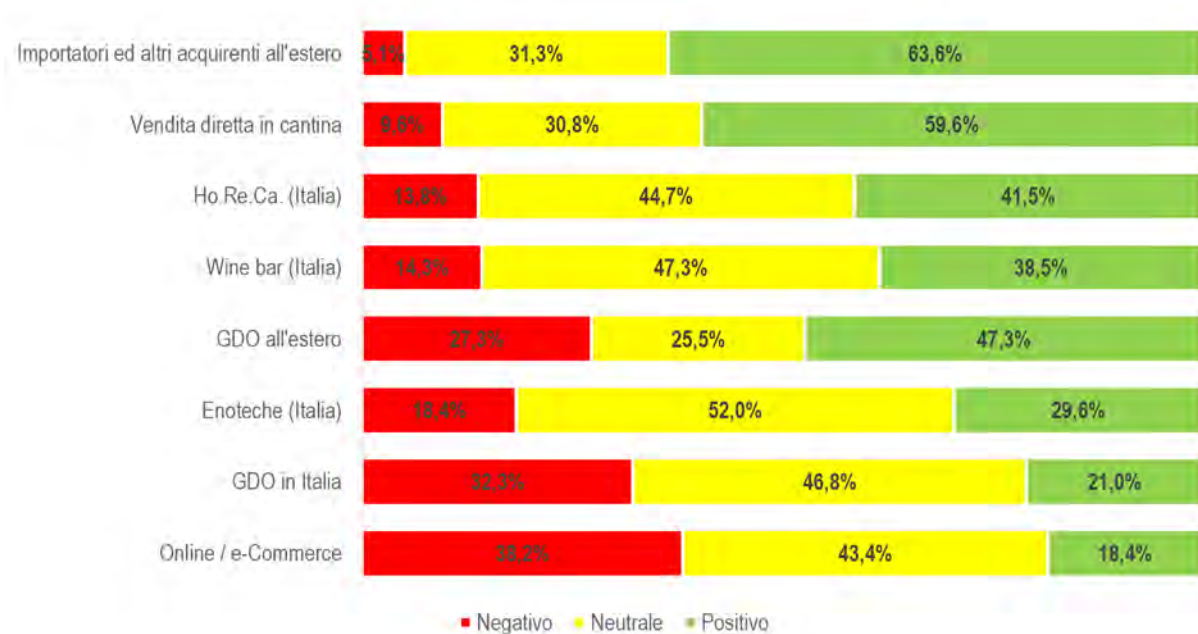
### Variatione fatturato 1° quad. (Italia) - Focus per fascia di fatturato





## FOCUS CANALI DISTRIBUTIVI

### Soddisfazione vendite per canale

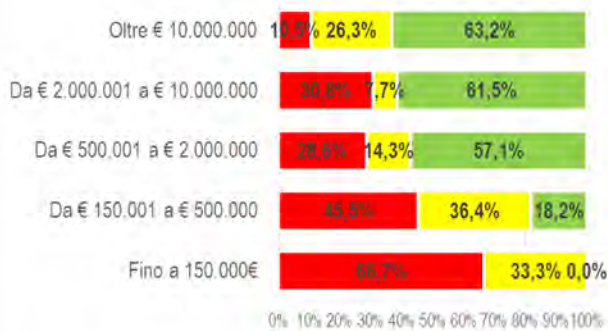


Fonte: dati ed elaborazioni wine2wine - Veronafiere

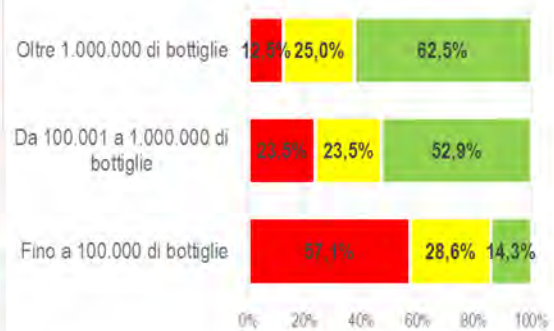
È stata posta all'interno dell'indagine anche una domanda specifica sui canali di vendita. In generale viene apprezzato particolarmente il lavoro fatto con gli importatori (molto positivo per il 63,6% degli intervistati), mentre divide il rapporto con la GDO estera (molto positivo per il 47,3%, ma allo stesso tempo particolarmente negativo per il 27,3%).

In entrambi i casi c'è una correlazione diretta con la dimensione aziendale: le aziende con oltre 10.000.000€ di fatturato ed 1.000.000 di bottiglie prodotte sono soddisfatte degli importatori nell'85% dei casi, percentuale che scende al 69,2% per produzioni tra 100.000 ed 1 milione di bottiglie e circa 55% per fatturati compresi tra 150.000€ e 2milioni di €. Differenze simili, ma meno marcate, per le vendite alla GDO estera.

## Soddisfazione vendite per canale: GDO all'estero



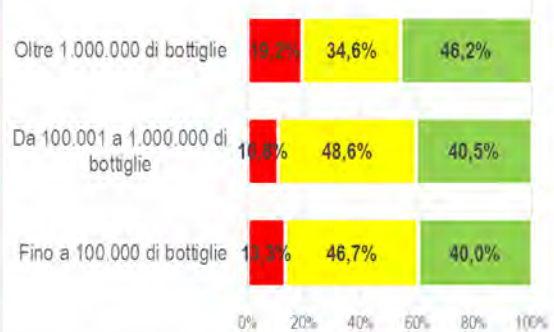
## Soddisfazione vendite per canale: GDO all'estero



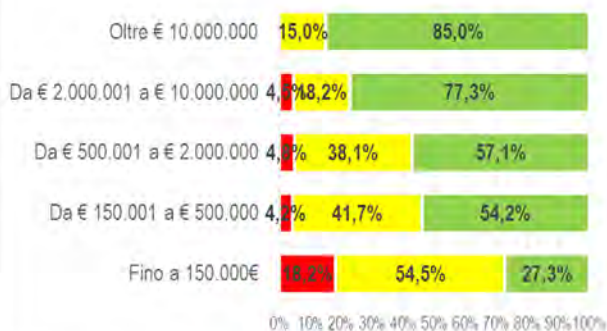
## Soddisfazione vendite per canale: Ho.Re.Ca. in Italia



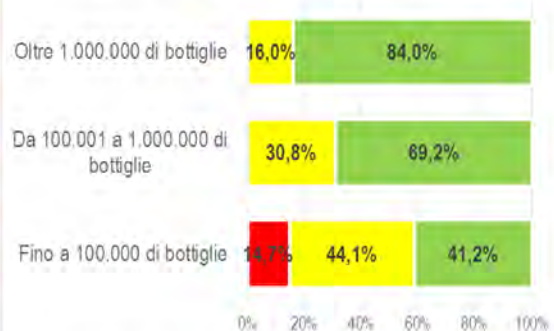
## Soddisfazione vendite per canale: Ho.Re.Ca. in Italia



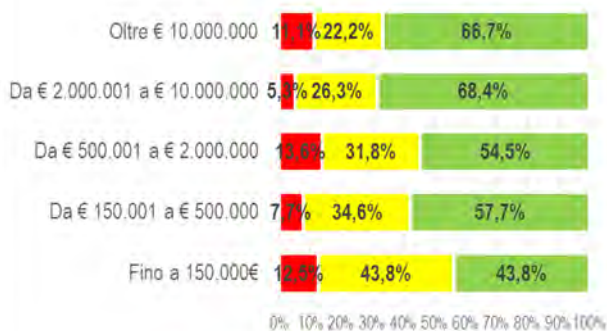
## Soddisfazione vendite per canale: Importatori ed altri clienti estero



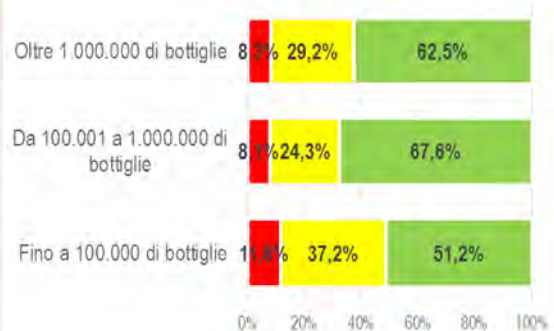
## Soddisfazione vendite per canale: Importatori ed altri clienti estero



## Soddisfazione vendite per canale: Vendita diretta in cantina



## Soddisfazione vendite per canale: Vendita diretta in cantina



■ Negativo ■ Neutrale ■ Positivo

■ Negativo ■ Neutrale ■ Positivo



## Nota metodologica

Dal punto di vista dell'analisi, al fine di poter utilizzare un sistema di valutazione che dia la possibilità di avere una valutazione basata anche su una varianza più estesa rispetto alla classica valutazione basata su quattro valori (Insufficiente – Sufficiente – Buono – Ottimo), si è sviluppato il presente studio utilizzando un scala di giudizi suddivisa in 9 gradienti di colore diversi, dove il valore 5 rappresenta la NEUTRALITÀ. Questa scelta permette una serie di analisi più approfondite e non basate su valori numerici o "figurativi" (Sufficiente / Buono).

Questo tipo di misurazione basata su "color-coding" permette una più immediata impressione da parte del rispondente, che divide la propria esperienza in 3 grandi aree: Negativa (valutazione 1, 2, 3), Media (valutazione 4, 5, 6), Positiva (valutazione 7, 8, 9).

L'indagine è stata condotta da GRS Ricerca e Strategia ([www.grsnet.it](http://www.grsnet.it)) su un campione di Cantine Vinicole utilizzando i metodi CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) e CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing). Sono state raccolte 432 risposte, un campione casuale, statisticamente significativo, caratterizzato da una distribuzione territoriale allineata a quella dell'universo di partenza.

Lo studio proposto è una breve sintesi del materiale raccolto.

L'indagine si è svolta nel corso del mese di Giugno 2015.

**Autori:**

Enrico Gallorini – CEO | GRS Ricerca e Strategia  
Andrea Piccin – Partner | GRS Ricerca e Strategia





Questo report è disponibile anche in formato digitale su:

**[www.wine2wine.net](http://www.wine2wine.net)**

Per informazioni su questo studio,  
o sull'iniziativa wine2wine,  
contatta: **[info@wine2wine.net](mailto:info@wine2wine.net)**





wine2wine

# SAVE THE DATE

**2-3 dicembre 2015**

Centro Congressi Veronafiere | Verona

[www.wine2wine.net](http://www.wine2wine.net)

[info@wine2wine.net](mailto:info@wine2wine.net)

Una iniziativa di:



In collaborazione con:

