

ProWein Business Report nella nuova edizione del 2018

Il più vasto indicatore di tendenza al mondo dell'industria vinicola.

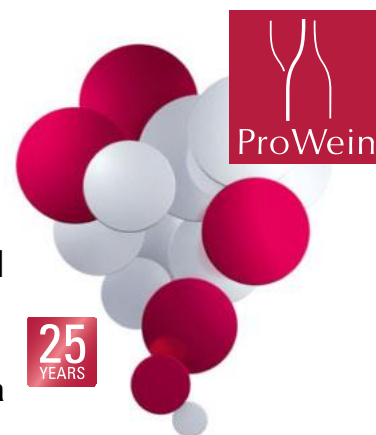
L'Università di Geisenheim ha intervistato per la seconda volta, per conto della ProWein, oltre 2.300 esperti del settore enologico provenienti da 46 Paesi sui temi: mercati internazionali del vino, tendenze del mercato, lo sviluppo delle vendite on-line del vino e sulla situazione economica. L'indagine di mercato eseguita nella prima metà del 2018 ha di nuovo riscontrato un grande interesse nel settore. Fin dal primo studio del 2017, il numero dei partecipanti è aumentato del 60 per cento, passando da 1.487 a 2.364 intervistati. Pertanto il Business Report della ProWein diventa il più vasto indicatore di tendenza dell'industria vinicola internazionale.

L'indagine ha interessato l'intera catena del valore del vino. Appartengono agli intervistati sia i produttori di vino (aziende vinicole, cantine, cooperative) che intermediari (Esportatori ed importatori) e responsabili del marketing (grossisti, rivenditori, alberghi e ristoranti). La combinazione dei diversi punti di vista dei produttori, intermediari e operatori di marketing, osservati in un periodo di più anni, rappresenta il singolare quadro del settore.

Interesse dei mercati d'esportazione

1) Per la prima volta, la Cina risulta essere il più attraente mercato d'esportazione vinicola

Intervistati sull'attuale interesse del mercato, gli esportatori ed i produttori di vino, hanno valutato la Cina come il più interessante mercato d'esportazione a livello mondiale, seguito dal Giappone, Hong Kong, Scandinavia, USA e Canada. Rispetto al sondaggio dello scorso anno la Cina è passata dal nono al primo posto. Questa valutazione personale dei partecipanti al mercato è in linea con i rapporti sulla crescente domanda d'importazione della Cina e con l'aumento del volume e del valore



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019

Düsseldorf, Germany www.prowein.com



Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany


Telefon +49 211 4560-01
Telefax +49 211 4560-668
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de


Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Hans Werner Reinhard
Wolfram N. Diener
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 AUMA Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

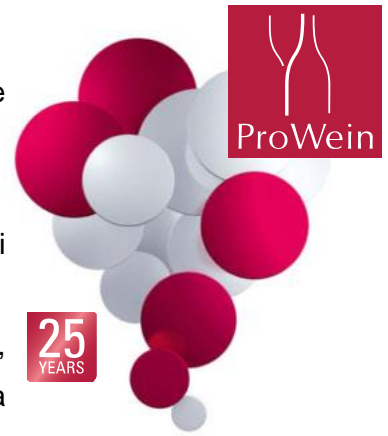
 FKM – Gesellschaft zur
Freiwilligen Kontrolle von
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

aggiunto delle esportazioni verso la Cina soprattutto da parte dell'Australia, Francia e Cile.

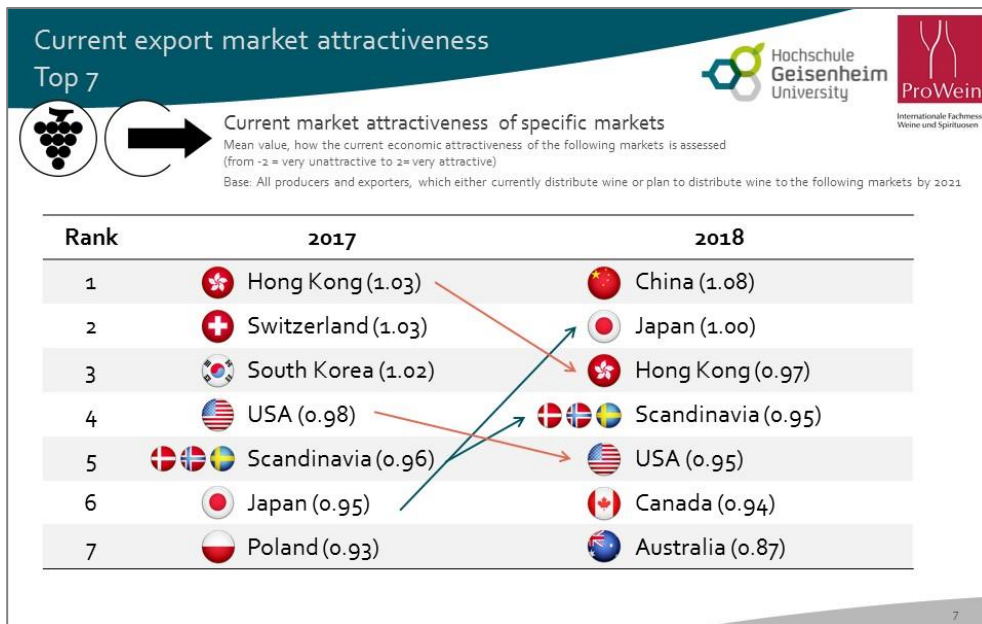
Nel corso di un anno, si sono verificati dei cambiamenti nella classifica dei mercati d'esportazione attualmente più interessanti.

Oltre alla Cina, il Canada e l'Australia che sono saliti in cima ai primi sette, sono indietreggiati nella loro posizione, la Corea del Sud, la Polonia e la Svizzera. Gli Stati Uniti rimangono ancora un mercato d'esportazione e sono scesi leggermente dalla quarta alla quinta posizione.



25 YEARS

The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



2) *Fin dal 2017 cresce maggiormente l'interesse dei mercati Russia, Cina e Brasile*

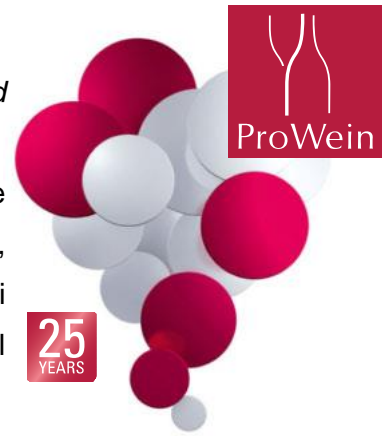
Rispetto al primo Business Report della ProWein, effettuato nel 2017, è stato registrato il più grande miglioramento dell'interesse per i mercati Russia, Cina e Brasile. La Russia migliora la sua posizione passando dal sedicesimo all'undicesimo posto e il Brasile sale dal quindicesimo al tredicesimo posto. Con ciò si realizzano una parte delle aspettative evidenziate nello studio del 2017. Proprio questi mercati accresceranno fortemente, in futuro, la loro attrattiva. Questi grandi e popolosi paesi del gruppo BRICS costituiscono uno straordinario potenziale per gli esportatori di vino. Il loro sviluppo è tuttavia soggetto ad alti rischi del mercato derivanti dalla loro instabilità politica ed economica.

Tra i mercati tradizionalmente affermati, l'Italia e la Francia hanno recuperato rispetto al 2017. I Paesi Bassi, La Corea del Sud e la Svizzera hanno perso leggermente attrattiva se comparati al 2017.

3) *Le più alte crescite previste per il 2021 saranno in Cina, Corea del Sud e Polonia.*

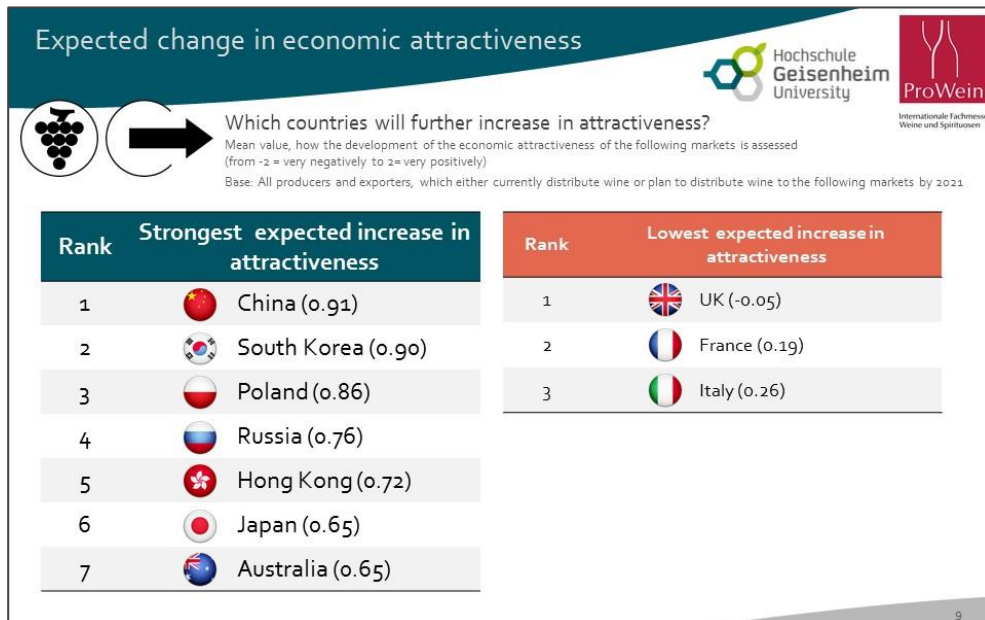
Per i prossimi tre anni gli esportatori e produttori prevedono un maggiore incremento di crescita sui mercati della Cina, Corea del Sud e Polonia, seguiti dalla Russia, Hong Kong, Giappone ed Australia. Vicini, ai primi sette paesi, abbiamo i due mercati americani più importanti, l'USA ed il Canada, dove il consumo del vino continua a crescere.

La Cina è pertanto il mercato vinicolo con il più alto grado di interesse sia attuale che futuro. Di conseguenza in futuro saranno i paesi asiatici ed est europei a guadagnare importanza. Esplorare con successo questi mercati asiatici, culturalmente e geograficamente tanto distanti, costituisce per i produttori europei una grande sfida per i prossimi anni.



25 YEARS

The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



4) *La Gran Bretagna è il paese con la situazione attuale più debole e le più basse aspettative future*

Rispetto al 2017 l'interesse verso il mercato vinicolo della Gran Bretagna è calato ulteriormente, mentre è cresciuto contemporaneamente il rischio percepito. Anche per quel che riguarda lo sviluppo futuro fino al 2021, la Gran Bretagna si rivela essere il paese peggiore. Diversi sono i fattori responsabili di questa debole posizione. L'imposta sull'alcol, sempre più crescente, e la perdita di spazio a disposizione, sugli scaffali, dovuta anche alla concorrenza e alle forme di vendita al dettaglio locali con i discount, questi fattori rendono questo mercato sempre più difficile per i produttori. A queste si aggiungono le incertezze economiche e legali a causa della prossima BREXIT, i cui dettagli finora sono poco chiari. Dopo

la Gran Bretagna i mercati tradizionali del vino, Francia ed Italia, sono i paesi per i quali si prevede solo una lieve crescita.

5) *La maggior parte degli esportatori punta sullo sviluppo dei nuovi mercati vinicoli*

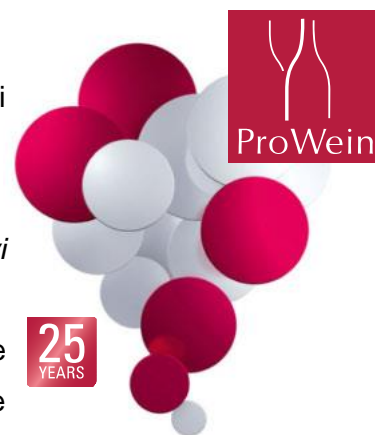
Otto su dieci produttori hanno in programma di espandere, nei prossimi tre anni, le loro attività d'esportazione verso nuovi mercati, una percentuale elevata che rimane invariata rispetto al 2017. I mercati sedi dei più grandi produttori di vino (Spagna, Italia, Francia) sono saturi con tendenze piuttosto al ribasso. L'esportazione in questi nuovi mercati, in crescita, rimane l'unico modo per compensare queste perdite e realizzare opportunità di crescita. Il commercio internazionale del vino continuerà quindi ad aumentare il suo volume e la sua importanza. A lungo termine, si pone la questione se e quando questo trend di crescita si indebolirà, nel caso in cui i nuovi mercati del vino dovessero incrementare o espandere la loro produzione di vino, come è il caso della Cina.

Mercati emergenti di esportazione del vino

6) *Singapore ha il più alto potenziale per i prossimi cinque anni*

Intervistati sui paesi che avranno nei prossimi cinque anni, il più alto potenziale tra i nuovi mercati del vino gli esportatori vinicoli hanno citato Singapore, la Repubblica Ceca e Taiwan. Pertanto l'elenco dei nuovi potenziali mercati vinicoli viene condotto da paesi piuttosto piccoli, trasparenti e facili da sviluppare ed anche economicamente relativamente ben sviluppati e stabili. Al contrario, un minor numero di esportatori, intravede un imminente potenziale nei paesi quali il Vietnam, l'India, la Thailandia, la Malesia, le Filippine e l'Indonesia, che insieme hanno una dimensione di mercato più estesa, una difficile accessibilità al mercato ed un più basso livello di sviluppo economico. La percentuale di persone in grado di permettersi l'acquisto del vino, è in questi mercati ancora più bassa rispetto ai paesi più sviluppati. Qui è necessaria una prospettiva a lungo termine per superare gli ostacoli di accesso esistenti (imposte sulle importazioni di vino, diversità delle legislazioni regionali). Quando in futuro si realizzeranno le grandi aspettative nei mercati chiave asiatici come la Cina, la Corea del Sud, Hong Kong e Giappone, c'è da aspettarsi che si verificheranno effetti positivi di espansione nell'area dei paesi asiatici.

L'India è al primo posto tra i nuovi mercati d'esportazione emergenti, che sono i produttori di vino del Nuovo Mondo, Australia, USA, Sudafrica ecc.



25
YEARS

The World's No.1

International Trade Fair
for Wines and Spirits

17-19 March 2019

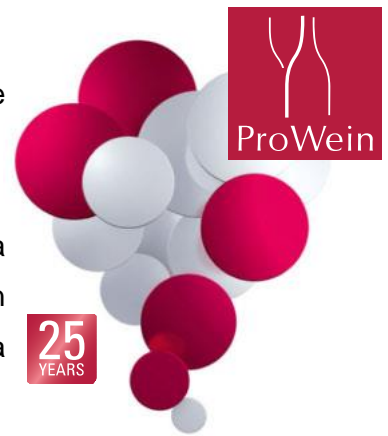
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



Messe
Düsseldorf

Il collegamento culturale del Commonwealth ed il linguaggio comune facilitano a questi paesi, l'apertura al mercato indiano.

Attualmente uno su quattro dei produttori intervistati preferisce ancora attendere e non intravede, almeno per i prossimi cinque anni, alcun potenziale per accedere in nessuno di questi paesi emergenti. Sarà interessante, osservare questo sviluppo nei prossimi anni.



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



7) Gli Emirati Arabi Uniti sorprendentemente al 4° posto

A prima vista, può sembrare sorprendente il fatto che gli Emirati Arabi Uniti (UAE) occupino il quarto posto tra i mercati emergenti del vino. Questo posto alle prime posizioni, rivela la crescente importanza del vino ed anche altri prodotti alimentari di qualità nonché prelibatezze nel luogo d'incontro, sempre più crescente di turisti ed espatriati nella penisola arabica. La valutazione positiva coincide con altri indicatori, ad esempio il numero crescente di studenti del WSET "Wine & Spirit Education Trust", provenienti dagli Emirati Arabi Uniti VAE.

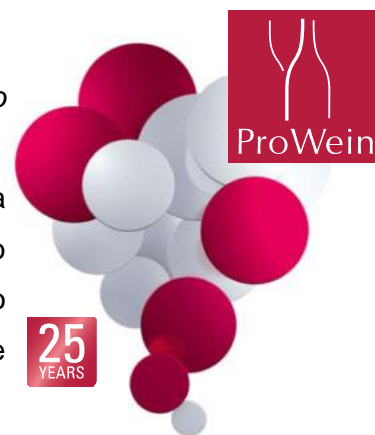
Interesse commerciale sulle provenienze del vino.

8) Il commercio vinicolo alla ricerca di vini con nuove origini

Quasi uno su due commercianti di vino che hanno visitato la ProWein prevede di integrare la sua offerta con vini di nuova origine. Finora solo pochi dei vini d'origine conosciuti, hanno un potenziale particolarmente elevato tale da essere inclusi nel portafoglio dei rivenditori vinicoli e dei ristoratori.

9) *Portogallo, Sudafrica e Argentina favoriti per completare il portafoglio vinicolo*

Uno su cinque rivenditori ed importatori di vino intende includere nella propria offerta nuovi tipi di vini provenienti dal Portogallo, dal Sudafrica o dall'Argentina. Queste nuove origini sono destinate a completare o sostituire in parte le quote d'importazione di vini dell'Italia, Francia e Spagna.



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com

10) *Grandi differenziazioni tra i mercati di vendita*

I diversi mercati del vino si differenziano a secondo delle nuove origini richieste dai commercianti e dai rivenditori.



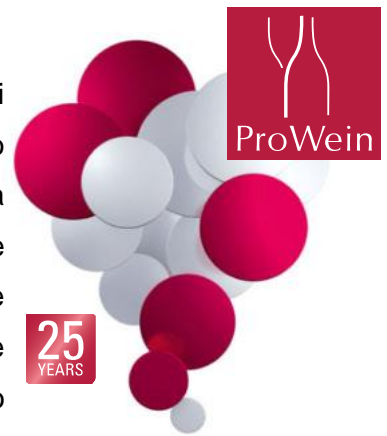
Qui sono determinanti una moltitudine di ragioni, come per esempio la vicinanza geografica, (vino sloveno in Europa centrale, vino tedesco in Europa dell'Est, vino cileno in Nord America), la tendenza al cambiamento verso vini del Nuovo Mondo (Europa dell'Est, Sud Europa) facilmente accessibili dal punto di vista sensoriale e la ricerca di possibilità di differenziazioni e nicchie nei mercati altamente competitivi (per esempio Germania).

L'importanza dell'internet nelle vendite di vino

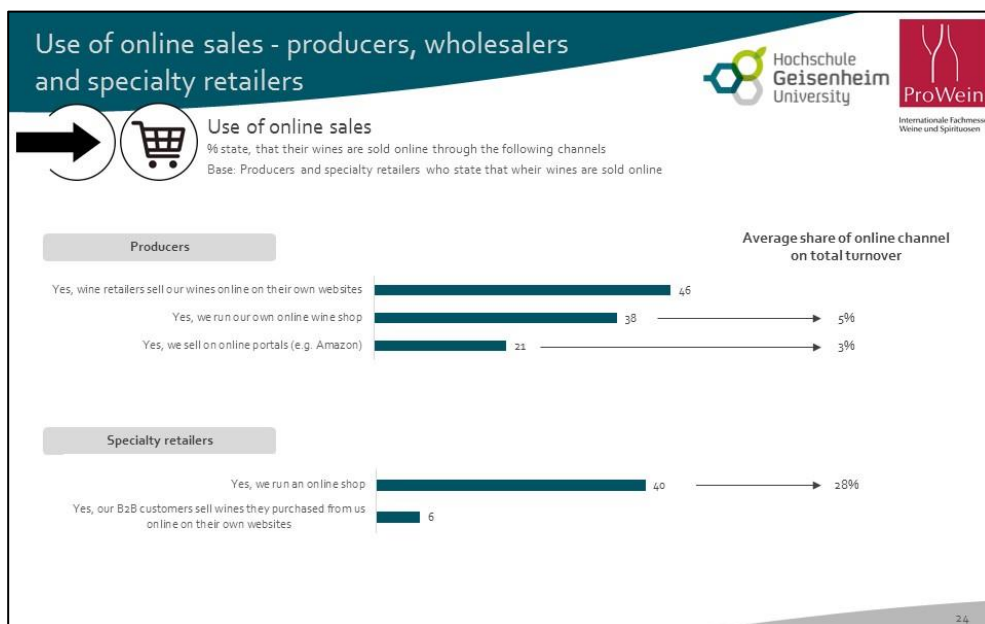
11) *Finora il potenziale del commercio online è stato utilizzato in modo diverso*

La percentuale dei produttori e commercianti che gestiscono uno shop online per il vino è per entrambi alquanto alta, 38% e 40%. La relativa

quota di vendita che si raggiunge tramite questo commercio elettronico si differenzia fortemente. In media, i rivenditori specializzati di vino realizzano online oltre un quarto delle loro vendite (28%), mentre la vendita online per i produttori raggiunge solo il 5% del loro fatturato. Le ragioni di tutto questo sono da ricercare nella forza dei rivenditori, come nella più vasta gamma di vini offerti, la specializzazione nel consumatore finale e l'efficiente impiego del marketing online. Al contrario ogni quinto produttore usa un portale online (come Amazon, altri portali specializzati in vini come ad esempio Vicampo ecc.) per facilitare l'accesso all'utente finale.



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com

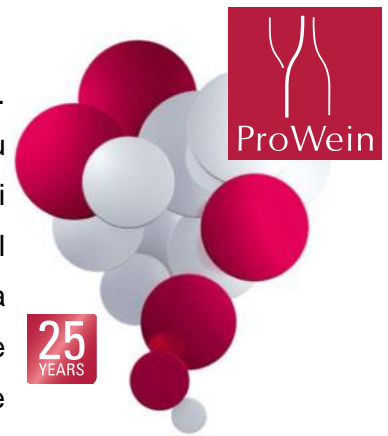


12) *Previste ulteriori crescite nel commercio online da parte di tutti i partecipanti al mercato.*

Sia i produttori che i commercianti prevedono un ulteriore incremento del commercio online del vino. Le opportunità di crescita delle vendite online dei commercianti e produttori, sono valutate almeno così come per i portali (per esempio di Amazon e Ebay). Mentre i portali comuni hanno conquistato quote molto alte di mercato con altri gruppi di prodotti, gli esperti del settore riconoscono la vendita online del sofisticato prodotto quale è il vino, richiede soluzioni più adatte dal punto di vista emotivo che sono diverse da quelle degli altri prodotti. Rimane straordinariamente stimolante, vedere come si svilupperanno in futuro le vendite di vino nei portali comuni rispetto a quelli prettamente specializzati, dei commercianti di vino.

I commercianti specializzati del vino concordano sul fatto che il funzionamento del loro negozio online è molto costoso e che la

comparabilità dei prezzi su internet, porterà ad un'ulteriore calo dei profitti. Un'ulteriore crescita delle vendite online viene pertanto vista con più scetticismo da parte dei commercianti di vino che dei produttori, i quali non sono ancora veramente altrettanto consapevoli delle spese del marketing online. I rivenditori specializzati del vino hanno già sfruttato la maggior parte del potenziale disponibile e possono realizzare delle crescite, solo a costi elevati. Un ulteriore incremento delle vendite online viene pertanto considerato in modo critico più dai rivenditori specializzati di vino che dai produttori, che probabilmente non sono ancora consapevoli, allo stesso modo, delle spese del marketing online. I rivenditori specializzati di vino, hanno già ampiamente sfruttato il potenziale disponibile e potranno realizzare crescite solamente a costi elevati.



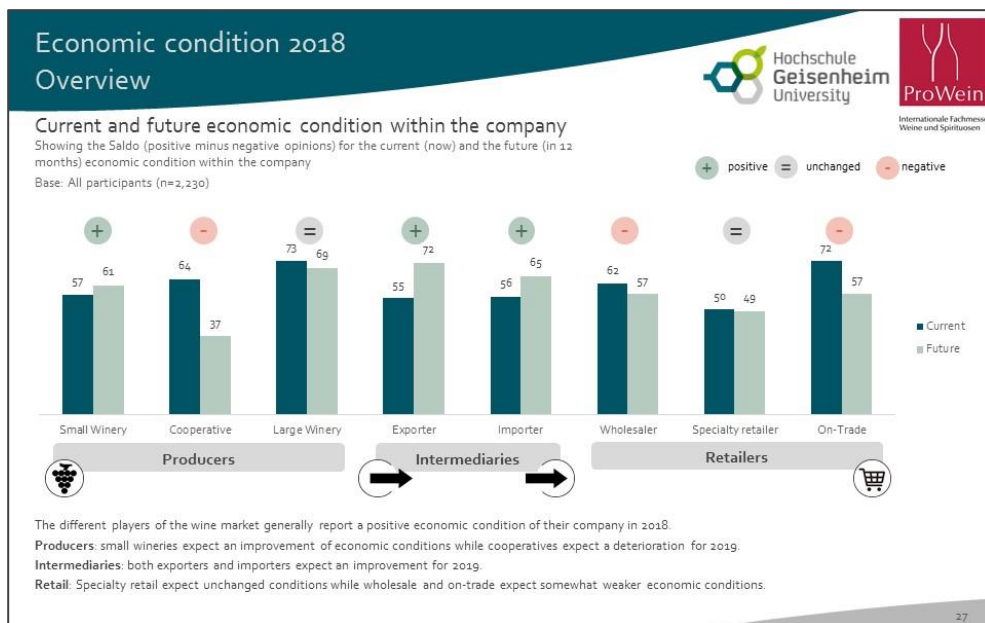
25 YEARS

The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com

La situazione economica del settore del vino

13) Complessivamente il settore del vino guarda positivamente al futuro

Al sondaggio hanno partecipato soprattutto i leader del settore. Questi hanno mostrato aspettative positive per lo sviluppo economico del 2019, ma ci sono differenze tra i produttori, gli intermediari ed i rivenditori.



Tra i produttori quelli più ottimiste sono le cantine. Le aziende vinicole valutano la situazione stabile, mentre le cooperative prevedono un significativo peggioramento della situazione economica. Gli importatori e gli esportatori prevedono un miglioramento della situazione economica nel 2019, dopo il peggioramento avvenuto tra il 2017 ed il 2018. Per i commercianti all'ingrosso e per i ristoratori, la situazione nel 2018 si è

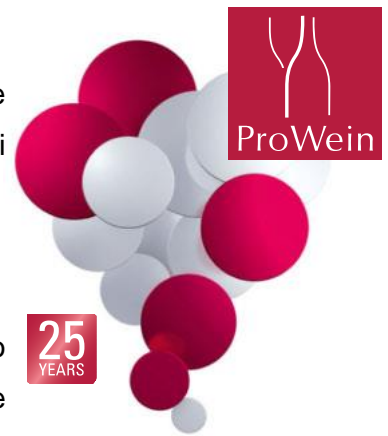
rivelata migliore di quanto inizialmente era stato previsto nel 2017. Ma le previsioni per il 2019 sono ancora un poco pessimiste. Il rivenditore di vini specializzato nelle vendite al dettaglio, valuta la situazione come stabile.

14) Differenze tra i produttori a secondo del paese di provenienza

Per i produttori italiani le elevate aspettative previste per il 2017 si sono realizzate solo nel 2018 ad anche per il nuovo anno, 2019, la situazione rimarrà ad un alto livello senza variazioni. Le elevate aspettative dei produttori spagnoli per il 2017 non sono state soddisfatte a causa della vendemmia del 2017, eccezionalmente ridotta, ma le aspettative per 2019 sono positive. I produttori francesi dopo uno sviluppo invariato tra il 2017 ed il 2018 vedono una prospettiva leggermente positiva per il 2019. Anche per i produttori tedeschi la piccola vendemmia ha contribuito ad uno sviluppo leggermente negativo e le previsioni per il 2019 sono meno positive tra tutti i paesi. Va notato che i risultati riflettono in parte le differenze di mentalità tra i paesi d'origine. Oltre alle reali ragioni economiche, risaltano sicuramente, in questi differenti modi nel concepire le aspettative, anche "La paura tedesca" e "L'ottimismo del sud"

Conclusione

Già nella seconda edizione del "ProWein Business Report" è stato possibile osservare come parte delle aspettative calcolate nella prima edizione, sono state soddisfatte entro un anno. Il previsto incremento in Cina è avvenuto più rapidamente del previsto ed il paese più densamente popolato del mondo occupa oggi il primo posto tra tutti i più attraenti mercati vinicoli del mondo, sia attuali che futuri. Rimane interessante vedere come si realizzeranno in futuro le aspettative nei nuovi mercati vinicoli come il Vietnam, l'India, e la Thailandia. Tutte le aspettative hanno una cosa in comune, il cuore del mercato vinicolo si sta sempre più spostando dai tradizionali paesi produttori di vino verso i paesi asiatici e in parte verso i paesi dell'Europa orientale. Qui esiste anche un forte vincolo con le nuove tendenze commerciali del vino. Mentre il commercio del vino avviene in parte via online sui mercati tradizionali, l'Asia ha saltato alcuni passaggi dello sviluppo commerciale e registra quote più alte nelle vendite online, anche perché sono principalmente i giovani consumatori ad acquistare questi vini. Per lo sviluppo del settore nei prossimi anni, sarà di grande importanza, quale soluzione si troverà contro la concorrenza dei prezzi, in parte rovinosa, che parte dall'alta trasparenza del mercato in internet. Gli USA ed il Canada sono la terza principale Area di crescita del



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



settore internazionale del vino accanto al popoloso motore economico dell'Asia e dei Paesi dell'Europa dell'Est, geograficamente tanto vicini ai tradizionali paesi produttori.

Lo Studio è stato effettuato per conto della ProWein, dall'Institut für Wein- und Getränkewirtschaft der Hochschule Geisenheim – Istituto per l'economia del vino e delle bevande dell'Università di Geisenheim, sotto la direzione del Prof. Dr. Simone Loose e del suo team. La ProWein e l'Università sono lieti di constatare che lo Studio ProWein Business Report sarà effettuato con successo anche nei prossimi anni. Ciò offrirà la possibilità di verificare se le attuali aspettative si materializzeranno in futuro e quali cambiamenti, tuttora inaspettati, si verificheranno. Oltre ad una serie temporale, a lungo termine, di un indicatore del mercato internazionale, verranno inclusi nei sondaggi ogni anno, argomenti interessanti e speciali. Noi vorremmo ringraziare i partecipanti al sondaggio e continuare a sperare che anche in futuro, ci sia una vivace partecipazione dei produttori e dei distributori di vino.

- Fine -

Immagini ad alta risoluzione della ProWein sono disponibile nella nostra banca dati fotografica nel settore "Presse Service – Servizio Stampa" sul sito www.prowein.de.

Contatto Stampa

Christiane Schorn, Monika Kissing, Brigitte Küppers

Tel.: +49 211 4560 991

SchornC@messe-duesseldorf.de; KissingM@messe-duesseldorf.de

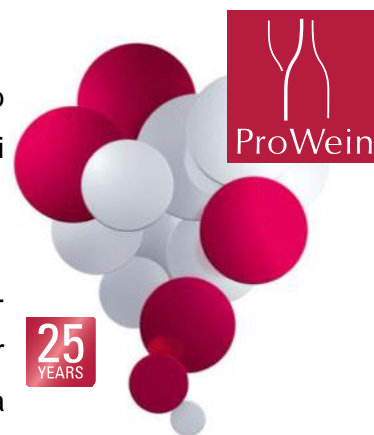
KueppersB@messe-duesseldorf.de

Ulteriori informazioni su:

www.prowein.de o nei social network

Facebook: www.facebook.com/ProWein.tradefair

Twitter: <https://twitter.com/ProWein>



The World's No.1

International Trade Fair
for Wines and Spirits

17-19 March 2019

Düsseldorf, Germany www.prowein.com

