

Cambiano i consumi e il Vigneto Italia si adegua

Anche i positivi dati del 2024 indicano per il vino Made in Italy un andamento in controtendenza rispetto alla dinamica mondiale, dopo che il 2023 ha confermato la leadership dell'Italia per export in volume davanti alla Spagna e il secondo miglior piazzamento in valore dopo la Francia, con un rafforzamento del suo ruolo soprattutto nel segmento della spumantistica. È quanto si evince dal report realizzato da Ismea nell'ambito della RRN 'Situazione congiunturale del settore vino in Italia nel 2024 ed esigenze rispetto alle traiettorie future' che offre un'analisi accurata delle principali variabili strutturali e di mercato del vino italiano, delineando le sfide attuali e del prossimo futuro.

In Italia il settore vitivinicolo si conferma come uno dei più dinamici all'interno del panorama agroalimentare italiano, nonostante il momento di rallentamento della domanda globale, che risente delle incertezze del contesto economico e geopolitico e dei cambiamenti degli stili di consumo, soprattutto tra i più giovani. Tra le nuove direttrici che guidano l'evoluzione dei consumi di vino c'è il maggiore interesse per gli spumanti e per i vini a basso contenuto alcolico, la minore domanda di vini rossi, maggiore polarizzazione dei prezzi e un'attenzione crescente agli aspetti salutistici e di sostenibilità ambientale. Saranno questi i fattori che le imprese italiane, facendo ancora leva sulla qualità e guardando ai nuovi mercati, dovranno necessariamente tenere in considerazione nel prossimo futuro.

Dal punto di vista strutturale osservando l'evoluzione del vigneto Italia, si evince una riduzione complessiva del 15% degli ettari investiti da inizio millennio, passati dai 792.440 del 2000 ai 675.135 del 2023, con alcune Regioni come la Liguria e il Lazio che hanno perso oltre la metà della loro superficie vitata, e altre come il Trentino-Alto Adige, il Veneto e il Friuli-Venezia Giulia che invece hanno registrato incrementi significativi. Alla contrazione della superficie si è accompagnata negli ultimi 20 anni una notevole riduzione del numero delle aziende viticole, un riassetto generale del tessuto produttivo con fenomeni di concentrazione e crescita dimensionale e un profondo processo di rinnovamento dei vigneti, grazie alla misura di supporto alla ristrutturazione e riconversione dei vigneti, che ha riguardato complessivamente 330 mila ettari, ossia quasi la metà dell'attuale patrimonio viticolo che rappresentano quasi la metà dell'attuale patrimonio viticolo.

Le regioni nelle quali più intenso è stato il processo di ristrutturazione e riconversione, con una quota di vigneto rinnovato superiore al 50%, sono state la Sicilia (70%), Emilia-Romagna (61%), Toscana (52%) e Lombardia (51%). Nel corso del nuovo secolo alla diminuzione complessiva della superficie vitata si è accompagnata una notevole riduzione del numero delle aziende viticole che ha determinato un significativo aumento della superficie media aziendale. Se nel 2000 la superficie media aziendale era di circa un ettaro, attualmente questa risulta prossima a 3 ettari. Ma al di là del dato medio, l'elemento importante è la distribuzione della superficie per classe di ampiezza aziendale, con il 20% della superficie condotto da aziende con una superficie vitata superiore a 20 ettari. Ai cambiamenti della struttura produttiva viticola e della dimensione del potenziale nel nuovo secolo si è accompagnata una modifica della composizione del potenziale,

rivendicabile per la produzione di vini a denominazione.

La superficie per i vini a denominazione era pari a circa 250 mila ettari nel 2000 e ha superato i 400 mila ettari nel 2021. La produzione degli ultimi dieci anni ha registrato un massimo di 55 milioni di ettolitri nel 2018 e un minimo nel 2023 con 38 milioni di ettolitri, mentre per il 2024, le stime di inizio autunno indicano volumi pari a 41 milioni di ettolitri (+7%) che, comunque, restano molto lontani dai 47 milioni di ettolitri, media degli ultimi 5 anni. A influenzare i risultati produttivi sono stati elementi esogeni dovuti, in particolare, ai cambiamenti climatici. È necessario attuare rimedi per fronteggiare le sfide che il clima impone, anche favorendo il dibattito e la ricerca su varietà resistenti alla siccità e agli attacchi parassitari. L'offerta enologica è molto cambiata in termini di peso dei diversi segmenti. In dieci anni è cresciuta la produzione di vini IG, sia in termini potenziali che di imbottigliamenti effettivi, e dei vini bianchi rispetto ai rossi. In lenta crescita anche i rosati che hanno raggiunto una quota di circa il 3%.

La produzione di bianchi è certamente influenzata dalla rapida crescita degli spumanti arrivati nel 2023, con oltre 7 milioni di ettolitri a una quota del 18% della produzione nazionale. Il consumo di vino sul mercato nazionale, dopo una lunga fase di contrazione, dal 2012 è tornato a stabilizzarsi sopra i 20 milioni di ettolitri per arrivare nel 2020 a 24 milioni e poi calare nuovamente dopo l'anno della pandemia e tornare nel 2023 leggermente al di sotto dei livelli pre-Covid. La crisi economica ha certamente influito sulla flessione dei consumi totali e, certamente, emerge come questione cruciale il comprendere come la dinamica dei redditi reali interagisca con i cambiamenti in atto degli stili di consumo. Infatti, sono mutati gli stili di vita e di consumo del vino portando a radicali cambiamenti nel paniere della domanda, sempre più orientata al segmento dei vini IG con un ridimensionamento dei vini comuni che restano, pur sempre, una quota preponderante dei consumi, soprattutto nella fascia daily.

Anche la ripartizione per colore ha virato decisamente in favore dei vini bianchi grazie soprattutto agli spumanti, ma non solo. Ormai gli stili di vita hanno introdotto stabilmente l'aperitivo tra le occasioni di consumo più frequenti e in questo caso si prediligono le bollicine o vini più freschi, quali i bianchi. Questa abitudine non è solo attribuibile alla fascia di consumatori giovani, Generazione Z o Millennials, ma è passata in cima alle abitudini anche tra i 45-54enni dove l'occasione di consumo tra aperitivo e pasto è uguale e diventa sempre più importante anche per gli over 55. Il segmento dei cocktail a base di vino, inoltre, rappresenta una tendenza crescente, in cui il vino viene utilizzato come ingrediente complementare piuttosto che come protagonista principale della bevanda.

Questo cambiamento indica una diversificazione nel modo in cui i consumatori percepiscono il vino, specialmente tra le nuove generazioni e coloro che cercano esperienze più innovative e versatili rispetto ai tradizionali abbinamenti cibo-vino. Un aspetto fondamentale di questa evoluzione è la necessità di sviluppare una comunicazione mirata e differenziata per rispondere alle diverse aspettative e preferenze dei vari target di consumatori. In particolare, ci sono consumatori che vedono il vino come una bevanda da gustare in modo tradizionale e contemplativo, mentre altri sono più propensi a esplorare il vino in contesti più dinamici e sociali, come nel caso dei cocktail.