



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DELLA BASILICATA

Facoltà di Agraria

Dipartimento Tecnico Economico per la Gestione del Territorio Agricolo-Forestale

**Laboratorio Università per il Marketing Innovativo della filiera Enologica Regionale
(LUMIER)**

Analisi del mercato vitivinicolo ed elaborazione di un piano marketing Regionale



Potenza, 14 settembre 2006

FASI DELLA RICERCA

1 Fase

- **Struttura della filiera enologica regionale**

2 Fase

- **Analisi SWOT**

3 Fase

- **Analisi costi e benefici creazione DOCG**

4 Fase

- **Proposte di Revisione degli interventi pubblici di Marketing**



Struttura della Filiera: Risultati

Il potenziale produttivo complessivo negli ultimi anni si è ridotto....

- Nel periodo 1990-2000 in Basilicata -42% di SAU e -39% di nr. di aziende

.....mentre il potenziale produttivo utilizzato per i vini a D.O.C è cresciuto.

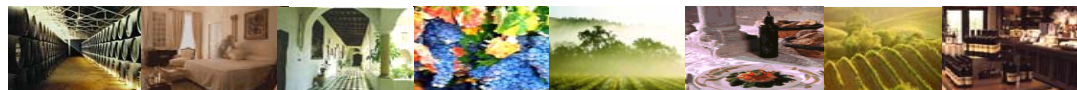
Albo “Aglanico del Vulture”

<i>Anno</i>	<i>Sup. Iscritta (ha)</i>	<i>Aziende Iscritte (nr.)</i>
1997	443	306
2003	878	391

Ha Superficie = + 98,2%

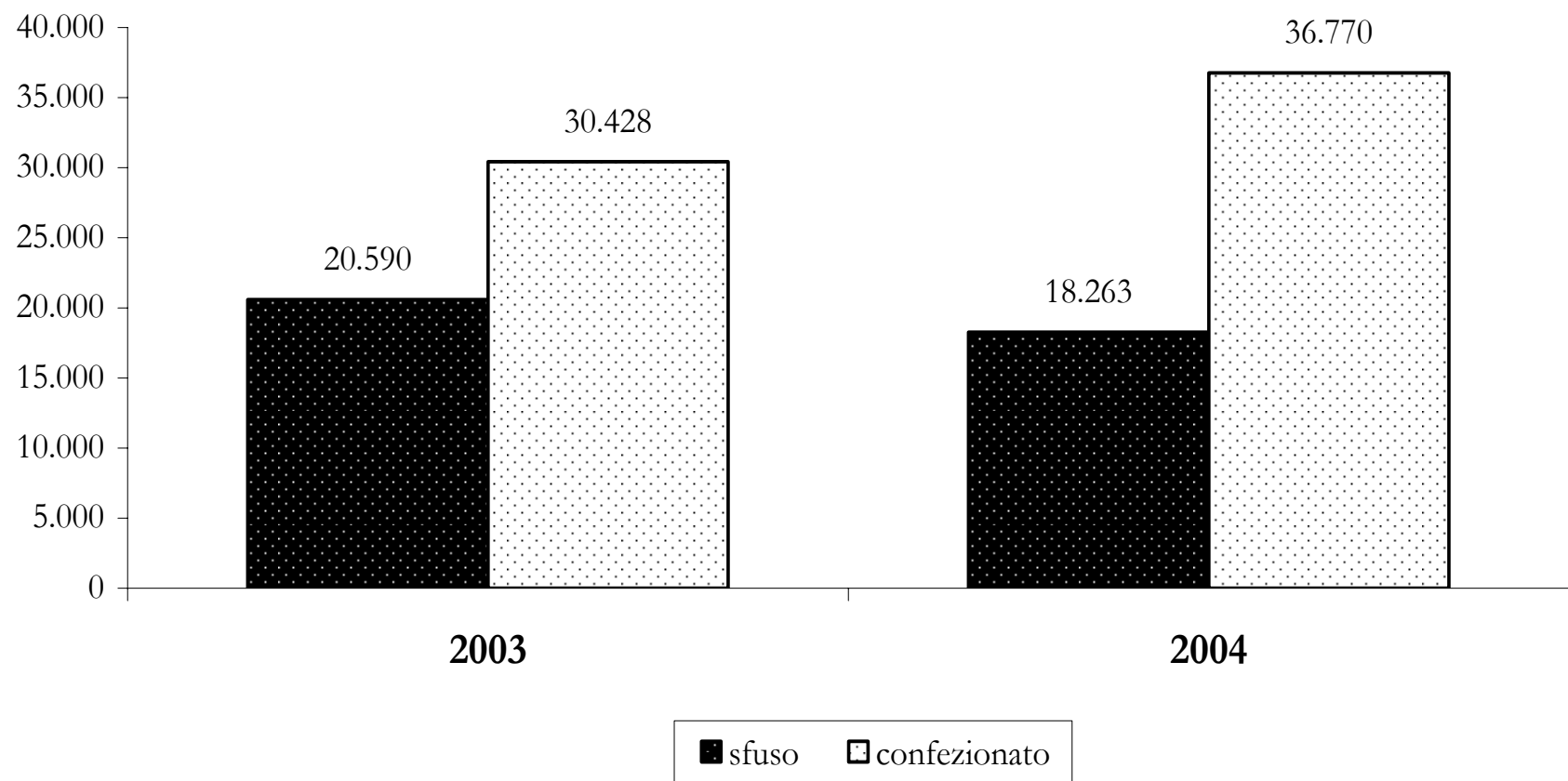
Nr. Aziende = + 27,8%

Fonte: Ns. elaborazioni su dati CCIAA Potenza



Struttura della Filiera: Risultati

La Produzione



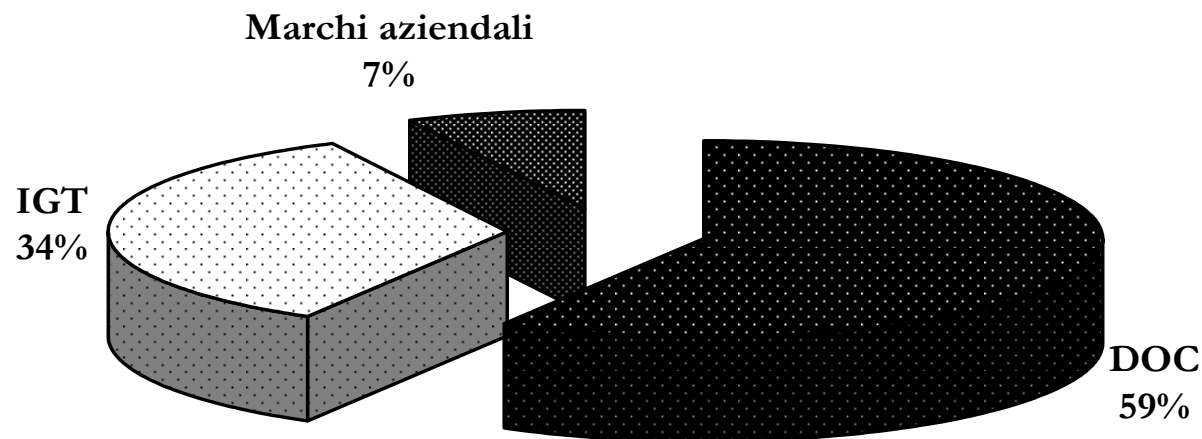
Fonte: Indagine Diretta

2003 → 50.838 HI 60% confezionato
2004 → 55.033 HI 67% confezionato



Struttura della Filiera: Risultati

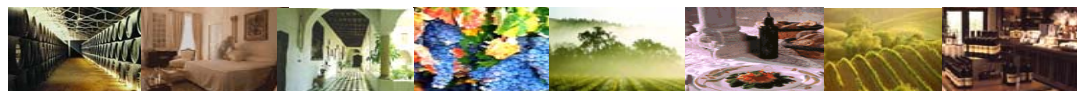
La distribuzione per segmento di offerta



Fonte: Indagine Diretta

Nr. Bottiglie Totali Prodotte = 3.886.850 (anno 2004)

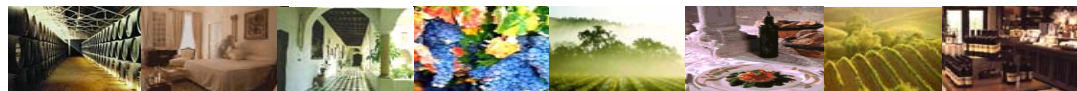
15,6% imprese = 54% produzione
62,5% imprese = prod. < 100.000 bot



Struttura della Filiera: Risultati

Mercato Nazionale - Elementi di scenario

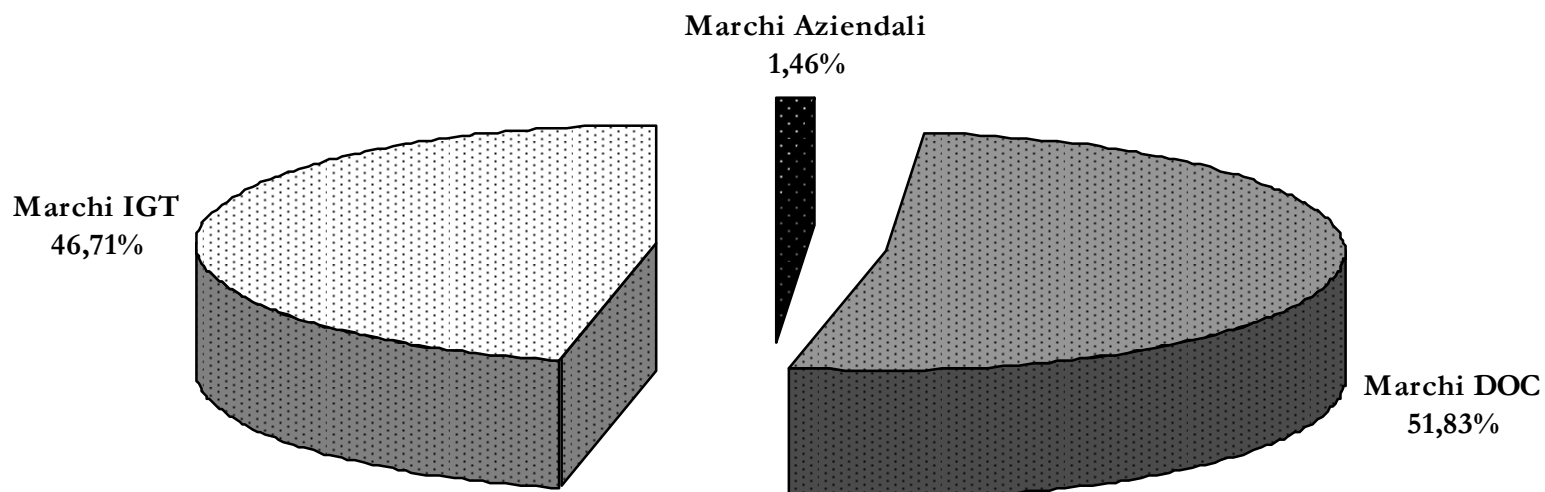
- ✓ **Tendenza alla riduzione dei consumi pro-capite (in 30 anni da 100 a 50 lt)**
- ✓ **Flessione degli acquisti in volume delle famiglie (vini da tavola)**
- ✓ **Crescita degli acquisti in valore per il segmento DOC-DOCG**
- ✓ **Incremento dei prezzi medi nel segmento DOC-DOCG (vini rossi)**
- ✓ **Nel segmento dei vini di qualità la GDO assorbe gran parte delle vendite**
- ✓ **Sofferenza per i vini di prezzo elevato (sia GDO, sia canale specializzato)**
- ✓ **Incremento delle occasioni di consumo non abituali**
- ✓ **Crescente concorrenza dei vini provenienti dai paesi del “nuovo mondo”**



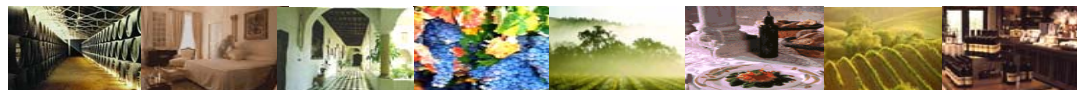
Struttura della Filiera: Risultati

Mercato Locale

Bottiglie commercializzate sul mercato locale = 1.161.060 (anno 2004) (~ 29%)



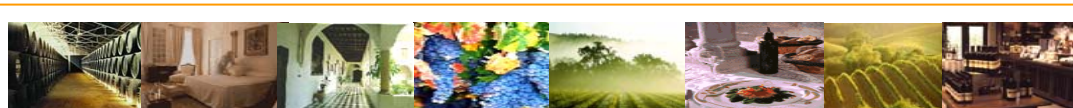
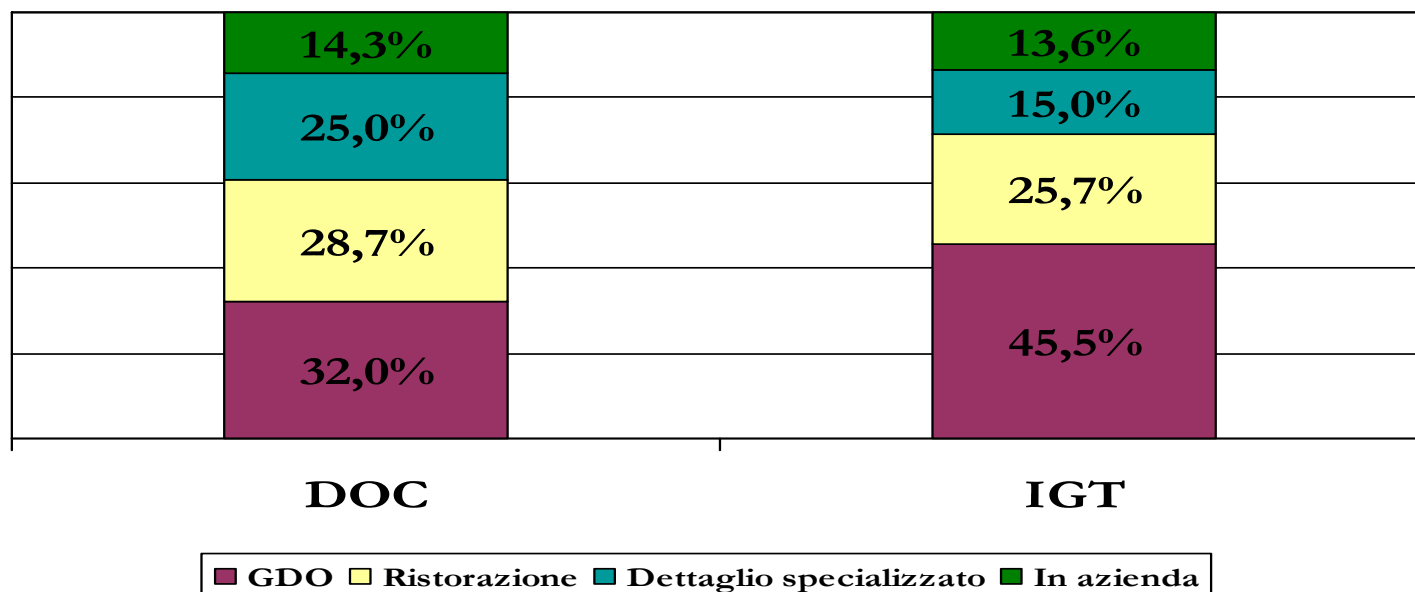
Fonte: Indagine Diretta



Struttura della Filiera: Risultati

Mercato Nazionale - Posizionamento dei vini lucani

- Sul mercato nazionale viene collocato circa il 31% delle bottiglie
- Oltre il 60% delle vendite in volume è rappresentato da vino DOC
- Peso preponderante della GDO nel segmento IGT
- Maggiore incidenza del dettaglio specializzato per i marchi DOC

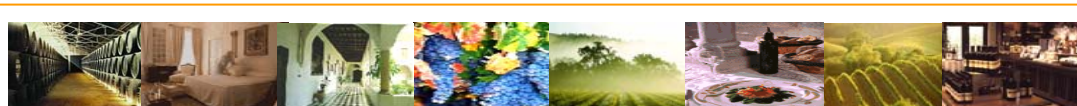


Fonte: Indagine diretta

Struttura della Filiera: Risultati

Mercato Internazionale - Elementi di scenario

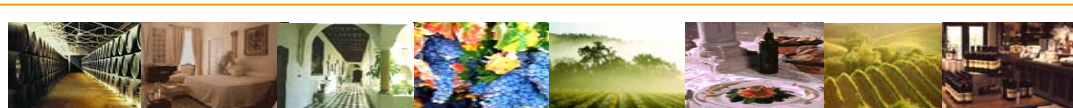
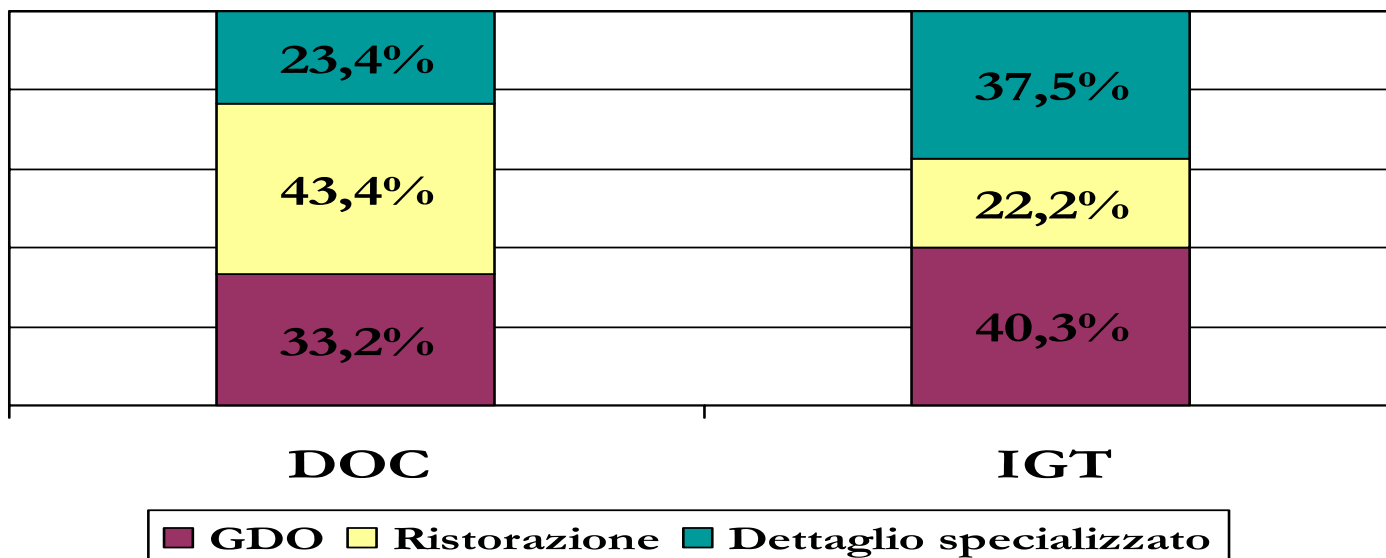
- ✓ **Riduzione dei consumi nei paesi produttori tradizionali**
- ✓ **Crescita dei consumi in USA, Regno Unito, Germania, Cina, Australia**
- ✓ **Leadership dei vini rossi fermi (forte crescita dei consumi in Nordamerica e Sud-est asiatico)**
- ✓ **Positiva dinamica dei consumi di vini VQPRD in ambito comunitario**
- ✓ **Crescita dei consumi nel canale HORECA più sostenuta rispetto agli altri canali**
- ✓ **Ruolo dominante della GDO, seguita dal dettaglio specializzato**
- ✓ **Crescente pressione competitiva da parte dei paesi emergenti**
- ✓ **Calo dell'export in volume di vini italiani DOC-DOCG**



Struttura della Filiera: Risultati

Mercato Internazionale - Posizionamento dei vini lucani

- Sul mercato internazionale viene collocato circa il 40% delle bottiglie
- 26% in ambito UE, 14% nei mercati extra UE
- Netta prevalenza dei marchi DOC, soprattutto nei mercati extra UE
- Ruolo dominante della ristorazione per i marchi DOC
- Prevalenza di GDO e dettaglio specializzato per gli IGT



Fonte: Indagine diretta

Analisi SWOT

Punti di Forza

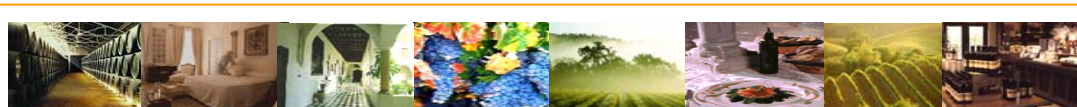
- Forte integrazione vigna-cantina
- Forte orientamento all'esportazione
- Immagine del prodotto legata al territorio (Aglianico→Vulture)
- Presenza di un gruppo di aziende leader trainanti per l'immagine della filiera e l'innovazione qualitativa
- Forte investimento pubblico a favore dell'investimento materiale ed immateriale, in iniziative promozionali e di sviluppo qualitativo



Analisi SWOT

Punti di Debolezza

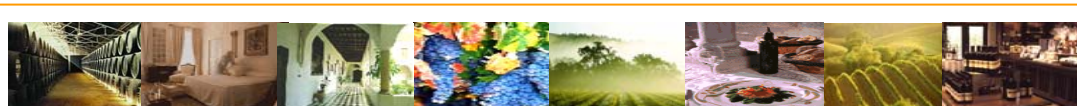
- **Piccola scala della filiera regionale in confronto alle regioni concorrenti**
- **Frammentazione dell'offerta**
- **Bassa capacità di investimento nell'area marketing-commerciale**
- **Insufficiente coordinamento degli attori del sistema**
- **Dipendenza da operatori esterni per tecnologie e distribuzione**



Analisi SWOT

Opportunità

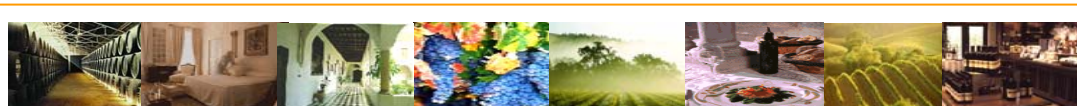
- **Esistenza di un potenziale produttivo non utilizzato per la DOC.**
- **Potenziale di crescita della domanda, sia per lo sviluppo di nuovi mercati, sia per la competitività qualità/prezzo dei prodotti di fascia media regionali.**
- **Consumo orientato verso vini di qualità, in particolare rossi.**
- **Crescente attenzione al rapporto qualità/prezzo nella fascia dei vini di qualità superiori.**
- **Disponibilità alla creazione di marchi di qualità superiore di molti operatori (DOCG Vulture).**
- **Sostegno dal settore pubblico allo sviluppo di marchi collettivi.**
- **Crescita del turismo tematico (in Italia e in Regione).**



Analisi SWOT

Minacce

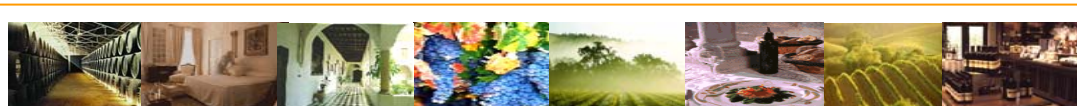
- **Concorrenza crescente sui mercati dei vini di qualità per effetto dell'apertura dei mercati mondiali.**
- **Congiuntura economica sfavorevole che spinge alla stagnazione della domanda in valore.**
- **Crescente competizione di prezzo nella fascia dei vini di qualità**
- **Scarsa affermazione delle nuove DOC lucane, con effetto scoraggiamento dei produttori verso la innovazione qualitativa.**
- **Concorrenza di vini meridionali molto simili qualitativamente e con lo stesso radicamento territoriale, ma volumi di produzione molto maggiori (es. Campania → Taurasi).**



Analisi costi e benefici creazione DOCG

Perché effettuare l'ACB della DOCG?

- **DOCG punta della piramide qualitativa**
- **Si presta bene per una valutazione economica di un investimento in un capitale immateriale**
- **Da indagine diretta molti operatori favorevoli**



Analisi costi e benefici creazione DOCG

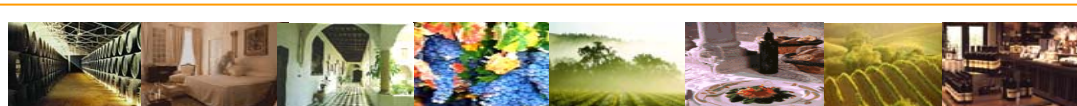
Alternative

1) CON creazione di DOCG:

- DOCG “ELITE TERRITORIALE”
- DOCG “PRODOTTO DI ECCELLENZA”

2) SENZA la creazione di DOCG:

- promozione marchi aziendali
- promozione strategie di qualità con certificazioni volontarie
- **non intervento. Sviluppo del potenziale delle DOC già esistenti**



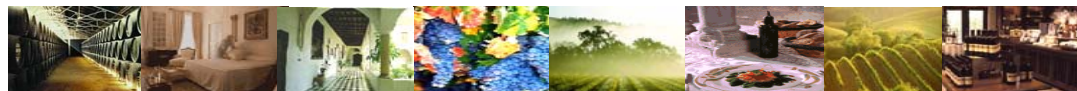
Analisi costi e benefici creazione DOCG

Elementi per l'analisi finanziaria

1) Costi di investimento

2) Costi di esercizio

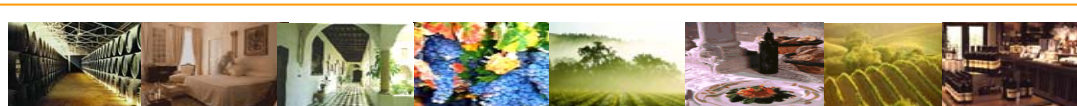
3) Rientri finanziari



Analisi costi e benefici creazione DOCG

Elementi per l'analisi economica

- **COSTI ECONOMICI**
 - Maggiori costi di produzione per i produttori di DOCG
 - Maggiori costi per le popolazioni locali
- **BENEFICI ECONOMICI**
 - Maggiore domanda a favore del vino lucano
 - Maggiore valore del vino venduto con DOCG
 - Effetti sul turismo rurale
 - Effetti sul mercato immobiliare



Analisi costi e benefici creazione DOCG: Risultati

INDICI DI CONVENIENZA

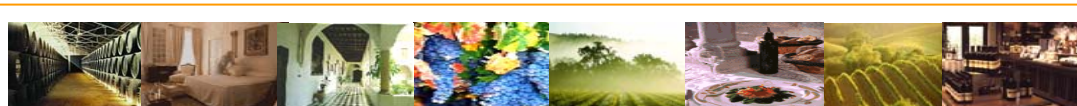
- **Indici di convenienza finanziaria**

VAN → - 846.000 €

- **Indici di convenienza economica**

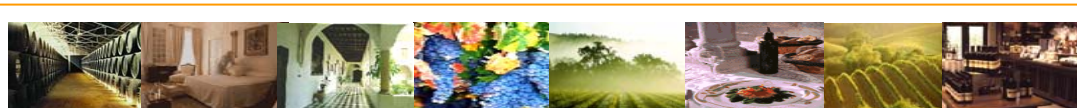
VAN → 357.000 €

SRI → 14,9%



Proposte di Revisione degli interventi pubblici di Marketing

- ➔ **Potenziamento della promozione su mercati esteri**
 - a) sostegno diretto alla penetrazione su mercati selezionati
 - b) interventi sui traders x partenariati commerciali per l'esportazione
- ➔ **Coordinamento delle iniziative e integrazione degli interventi**
 - a) partenariato che riunisca tutti gli operatori del settore
- ➔ **Sostegno alla innovazione qualitativa e di marchio**
 - a) Creazione DOCG "Aglianico del Vulture"
 - b) Sostegno e sviluppo delle DOC create
- ➔ **Ricerca ed informazione sui mercati** (diretta e/o attraverso agenzie)
- ➔ **Potenziamento del legame vino territorio**
 - a) estensione alle nuove DOC della immagine territoriale lucana



Grazie!

<http://www.unibas.it/lumier/home.html>

