

ANTEPRIME di TOSCANA

BUYWINE 2019

I numeri del vino

Regione Toscana



febbraio 2019

Sommario

La carta d'identità della vitivinicoltura toscana si basa su un tessuto di oltre 23.000 aziende prevalentemente piccole e medio-piccole ma tra le quali sono presenti anche alcuni "campioni" di ampiezza rilevante. Oltre due terzi delle aziende toscane sono situati in aree destinate a produzioni Dop nell'ambito delle quali ricade oltre il 92% dei quasi 60 mila ettari di vigneto regionale (la media nazionale è il 62%).

Anche nella fase della vinificazione si evidenzia una struttura produttiva basata su un gran numero di piccole realtà alle quali afferisce il 27% della produzione totale. La restante parte è appannaggio di appena il 6% di aziende che producono, ognuna, più di mille ettolitri di vino. Il tessuto produttivo è integrato da 17 cantine sociali operanti sul territorio che producono il 18% del vino regionale.

Il vigneto toscano si distingue per vivacità, dinamismo e forte orientamento all'innovazione come ci raccontano i numeri e i fatti della storia recente. Nell'ultimo decennio, la superficie a vite della Toscana si è ridotta solo marginalmente fino a toccare il minimo nel 2015, per poi risalire fino ai quasi 60 mila ettari attuali grazie anche alle autorizzazioni di nuovi impianti. Inoltre, l'utilizzo convinto degli strumenti messi a disposizione della politica comunitaria (la misura OCM di *Ristrutturazione e riconversione*) ha fatto sì che oltre il 45% dei vigneti toscani si sia rinnovato e il 25% - oltre 15.000 ettari - lo abbia fatto nell'ultimo decennio.

Terra di grandi rossi la produzione toscana di vino si basa sul *Sangiovese* che ne rappresenta l'essenza estendendosi, con le sue varie declinazioni locali, per il 61% dell'intera superficie iscritta all'inventario regionale. A grande distanza seguono *Merlot* e *Cabernet Sauvignon* rispettivamente con l'8 e il 7 per cento.

Il patrimonio ampelografico regionale è alla base di 58 riconoscimenti tra Dop e Igp. Delle 52 Dop, 11 sono DOCG e le altre DOC. Ma i punti di riferimento per ampiezza, qualsiasi variabile dimensionale venga considerata, rimangono *Chianti* e *Chianti classico*, rispettivamente con il 48 e 19 per cento della superficie. Il *Brunello* e il *Morellino* seguono a molta distanza con il 5 e il 4 per cento.

Questa è, in sintesi, la fotografia del settore più rilevante e noto del *food & beverage* toscano, che, dopo la pessima vendemmia del 2017, nel 2018, secondo i dati diffusi da Artea, si è riportata su una produzione regionale di 2,4 milioni di ettolitri, con un incremento del 44% rispetto all'anno precedente. Sebbene il risultato finale risulti percentualmente notevole e appaia al di sopra delle più rosee aspettative, il recupero non ha, comunque, riportato il vino toscano ai livelli medi di produzione dell'ultimo quinquennio, pari a 2,6 milioni di ettolitri.

Il valore *ex fabrica* generato dalla filiera dei vini Dop e Igp imbottigliati toscani è stimata nell'ordine del miliardo di euro (743 milioni di euro circa per i Dop a cui si aggiungono i 183 milioni delle Igp) pari al 11% sul totale stimato dall'Ismea per l'Italia di 8,3 miliardi di euro.

Il marchio *made in Tuscany* incorpora un sistema di valori materiali e immateriali che all'estero è spesso molto conosciuto e riconosciuto. Oltre alla qualità del territorio, uno dei driver di questo valore è certamente la produzione vitivinicola della Toscana. Escludendo le purtroppo sempre più frequenti annate eccezionali, si può affermare che rispetto a un'annata "normale", oltre la metà della produzione certificata regionale prende la via dei mercati esteri, rappresentando circa il 20% del totale export di vini Dop fermi nazionali, quota che sale al 27% se si considera il valore. Infatti, ogni anno oltre 800 mila ettolitri di vino regionale trovano spazio sui mercati internazionali, in un rapporto fino a oggi piuttosto stabile tra paesi extra UE (57%) e paesi UE (43%), mentre in valore la quota del Paesi extra Ue supera ormai il 60%. Il fatturato dell'export di vini Dop toscani, su cui sono state concentrate anche numerose campagne di promozione, negli ultimi anni si è stabilizzato intorno ai 550 milioni di euro, evidenziando una capacità di proiezione verso mercati lontani ben più elevata rispetto al resto del sistema Italia delle Dop vino.

Un'ulteriore evidenza che emerge dall'analisi, riguarda il posizionamento e le quote di mercato nelle destinazioni più tradizionali. Infatti, nonostante Stati Uniti e Germania si confermino nuovamente i due principali Paesi di destinazione e insieme sommino oltre il 50% del mercato toscano delle Dop sia a volume che a valore, la difesa di questi mercati ha richiesto e continua a richiedere sforzi sempre crescenti e meticoloso presidio a fronte del graduale complicarsi dell'arena competitiva internazionale.

La Germania, soprattutto, ha evidenziato di recente una perdita di "peso" mentre gli Stati Uniti, pur avendo mostrato una lieve flessione tendenziale sui volumi acquistati, hanno aumentato la spesa garantendo il 34% degli introiti totali delle Dop toscane. Nel frattempo si rileva un graduale spostamento dei flussi dai tradizionali e già consolidati mercati verso quelli più piccoli, geograficamente distanti ma in rapida evoluzione.

È cresciuto il ruolo dell'estremo Oriente, a partire dalla Cina e un particolare dinamismo si evidenzia anche per la Russia e altri Paesi dell'Est come Repubblica Ceca, Ucraina o Polonia. Nella Penisola scandinava ci sono tendenze opposte: cresce la domanda di Svezia e Finlandia a fronte di una riduzione piuttosto sensibile della Norvegia.

Positivo anche il trend in Brasile e Messico, Australia e Nuova Zelanda.

L'attenzione al posizionamento strategico e alla crescita sui mercati esteri, nell'ultimo decennio ha spesso fatto dimenticare la rilevanza di un mercato interno che, nel frattempo, continuava a riorganizzarsi attraverso una riduzione quantitativa dei consumi e uno spostamento verso modi e tempi di consumo che premiano la qualità. L'analisi recente dei dati relativi alle vendite presso la grande distribuzione, consentono di evidenziare elementi favorevoli per i vini toscani.

Negli ultimi tre anni, infatti, non solo le performance dei vini Dop toscani sono state positive in assoluto, sia in termini quantitativi sia nei corrispettivi, ma si sono chiaramente distinte anche nel confronto con la media nazionale a segnalare come ancora marchi e qualità toscani trovino ottimo consenso presso il consumatore italiano. Nel 2018, le vendite nei format della grande distribuzione, i vini toscani di qualità sono cresciuti in volume del +2,3% e in valore, + 5,7%. La forbice tra le due dimensioni testimonia peraltro una crescita del valore medio di vendita che appare interessante.

Una crescita di prezzo che trova peraltro conferma dall'analisi dei listini alla produzione che, dal 2010 a oggi, hanno registrato aumenti medi particolarmente consistenti.