



| Report *Vino e Spirits*

Vino e spirits:
le sfide di
un'eccellenza
italiana

Il cambiamento
strutturale
delle imprese
e dei consumi
nello scenario
post pandemico



AREA STUDI
MEDIOBANCA

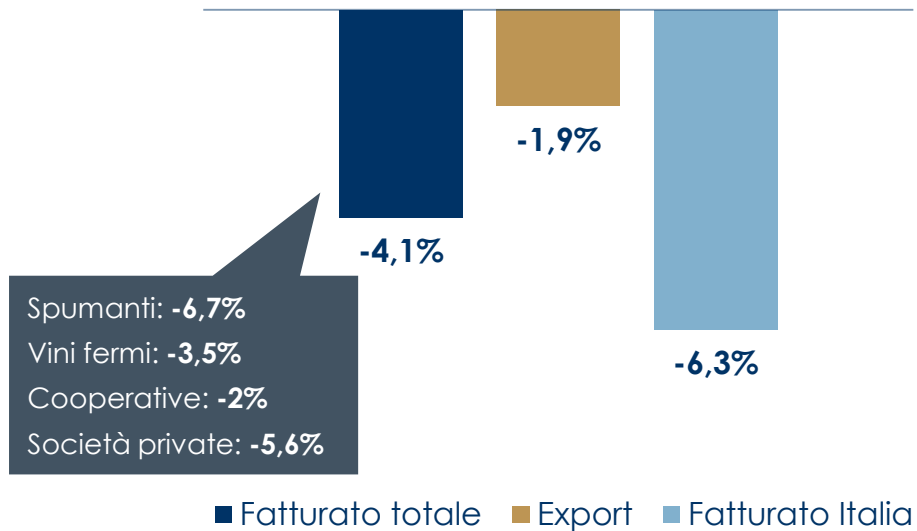
sace
gruppo cdp



/ Maggiori imprese italiane: andamento 2020

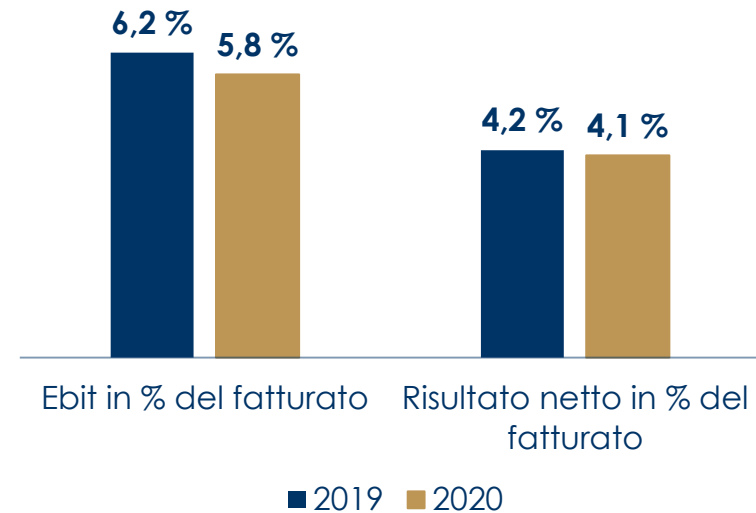
Imprese vinicole:

Variazione % del fatturato (2019-2020P)



Imprese vinicole:

Ebit e Risultato netto in % del fatturato (2019-2020P)



Il 2020 del settore degli spirits:

♦ Variazione % del fatturato complessivo: -
1,7% sul 2019

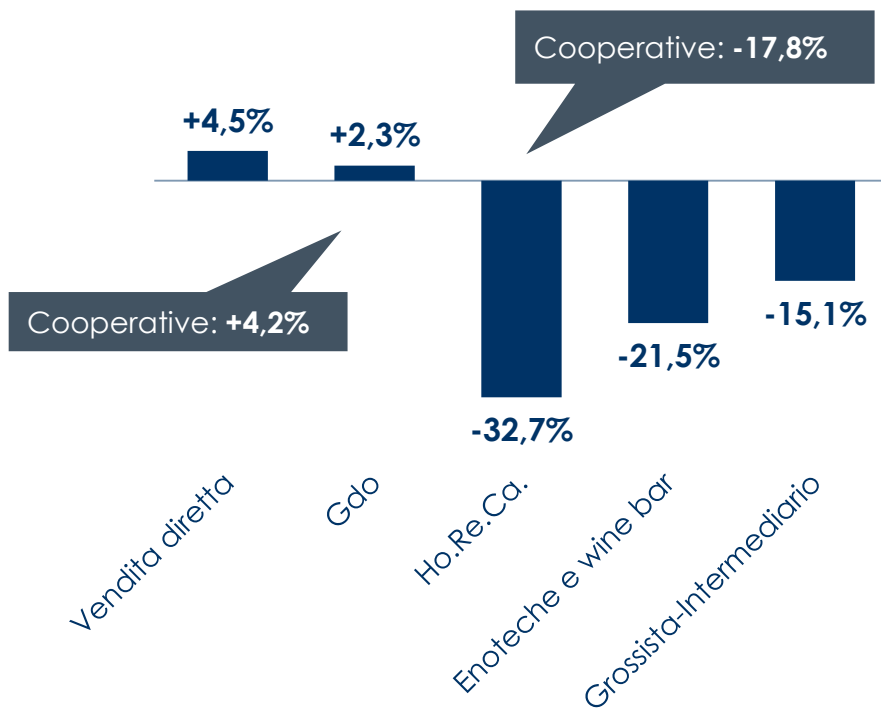
♦ Ebit margin:
11,8%, in calo di 4,1 p.p. (era il 15,9% nel 2019)

♦ Risultato netto in % del fatturato:
8%, in calo di 3,6 p.p. (era l'11,6% nel 2019)

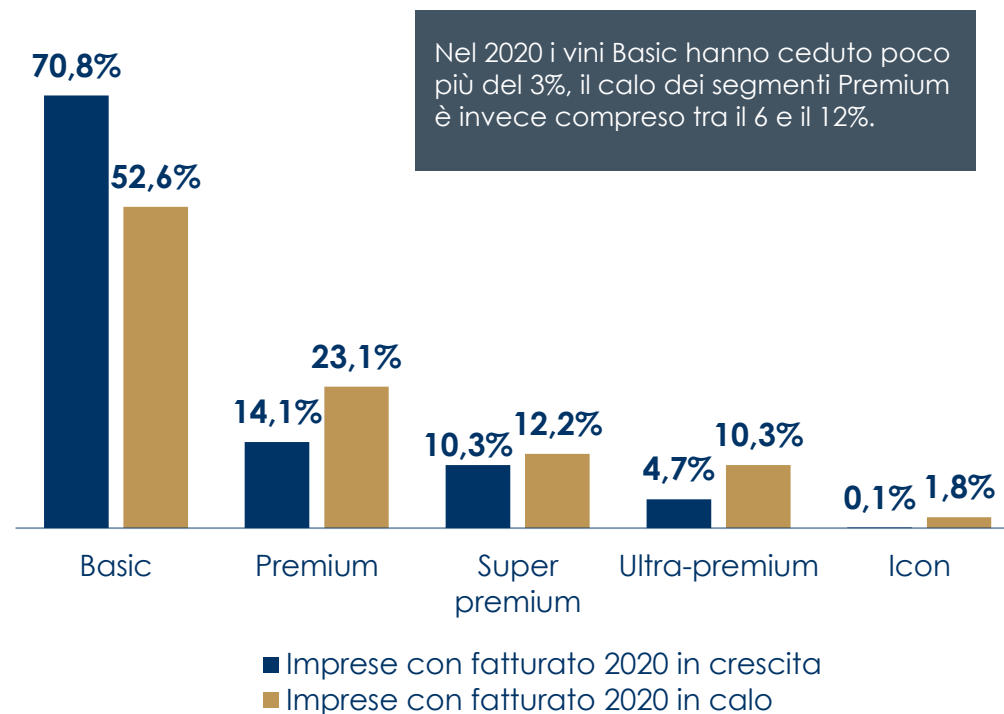
/ Un anno pesante ma a macchia di leopardo

Vendite nazionali per canale:

Variazione % del valore (2019-2020P)



Incidenza % delle diverse fasce di prezzo (2020P) (*)

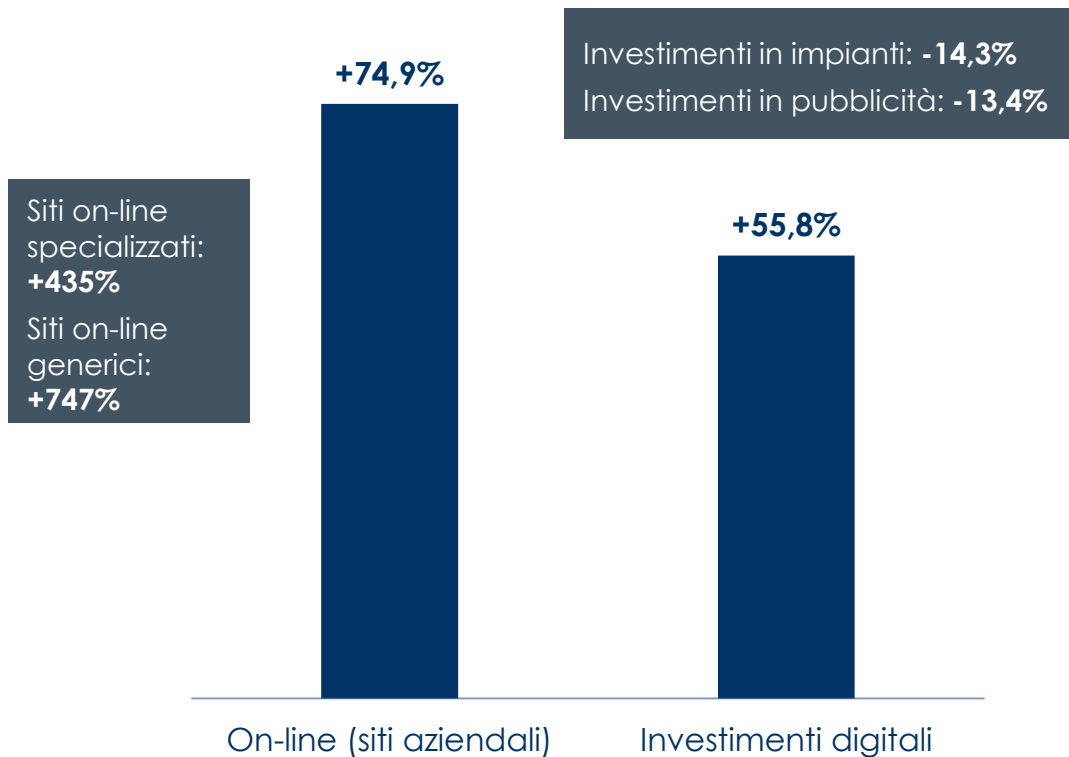


(*) La classificazione dei vini per fascia di prezzo adottata è quella elaborata da Rabobank: vini Basic il cui prezzo a bottiglia è inferiore ai 5 euro, vini Premium con un prezzo compreso tra 5 e 7,99 euro, vini Super premium (da 8 a 13,99 euro), vini Ultra-premium (da 14 a 49,99 euro) e vini Icon, con prezzo superiore a 50 euro.

/ Verso una nuova normalità

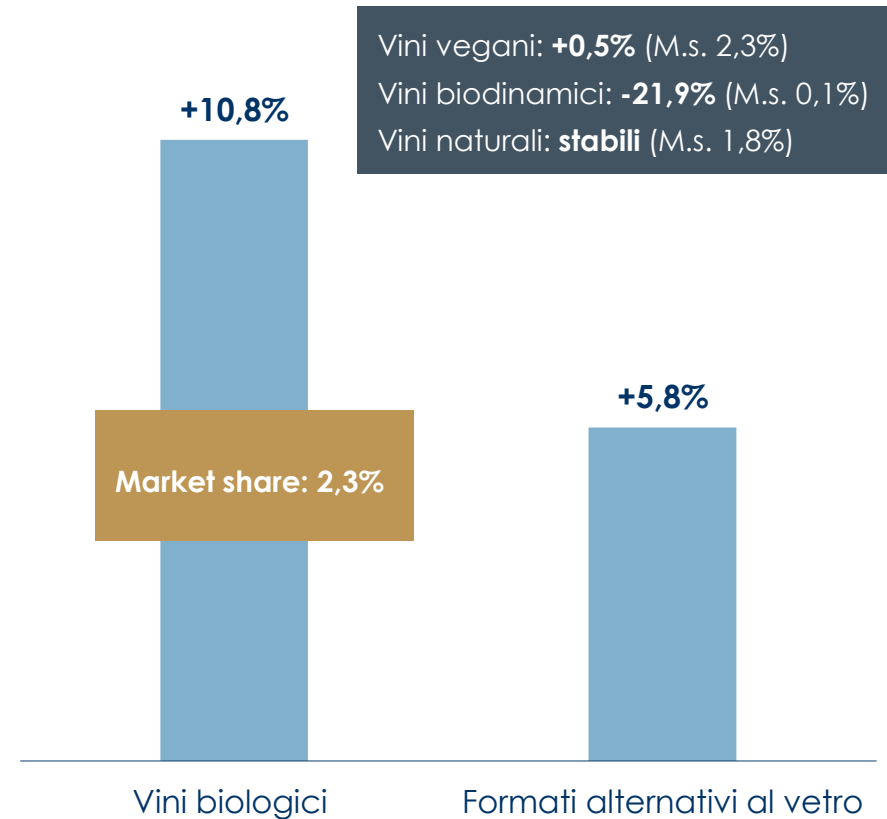
Il digitale:

Variazione % 2019-2020P



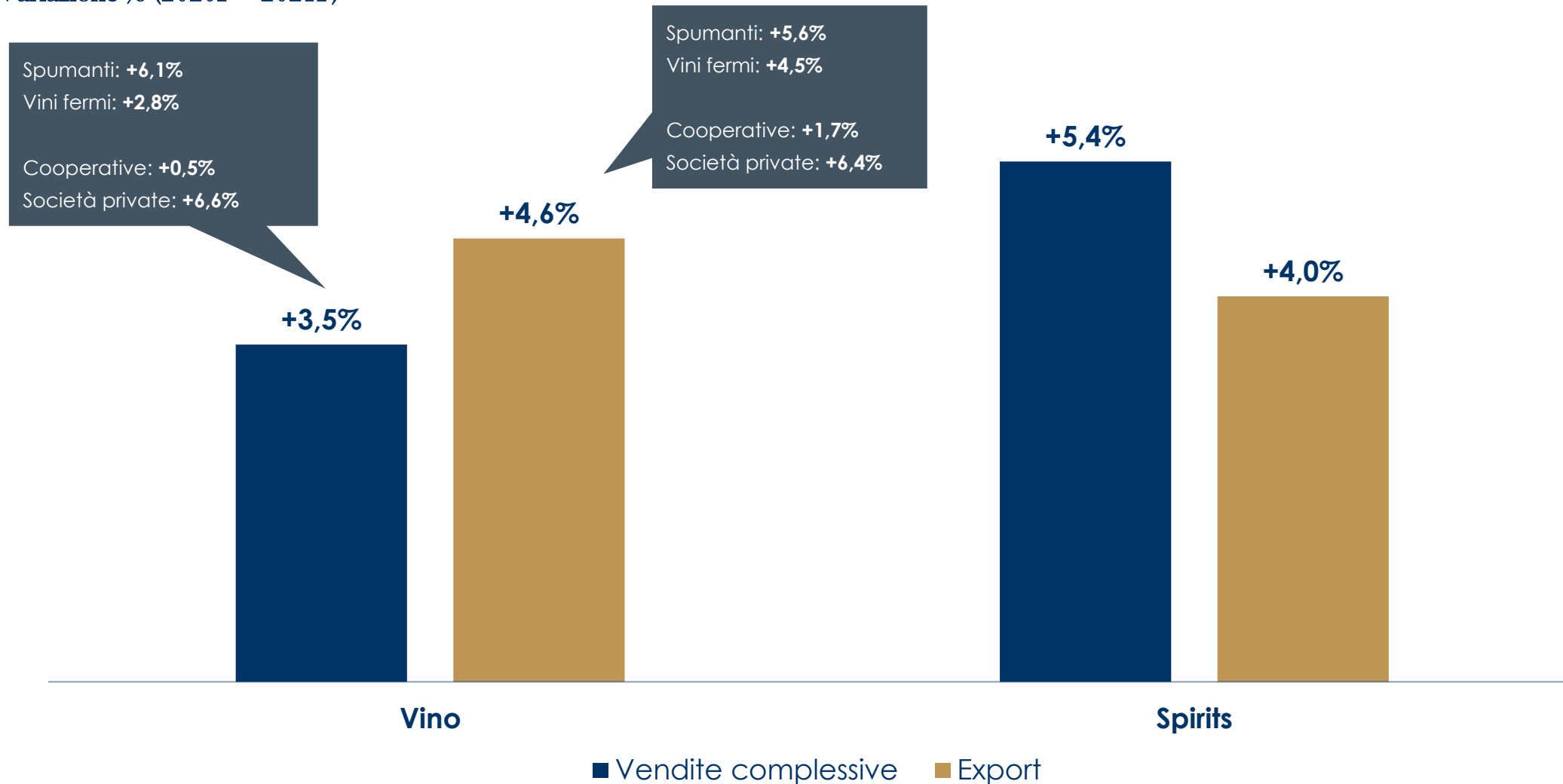
La sostenibilità:

Variazione % 2019-2020P



/ Le attese per il 2021

Variazione % (2020P - 2021F)



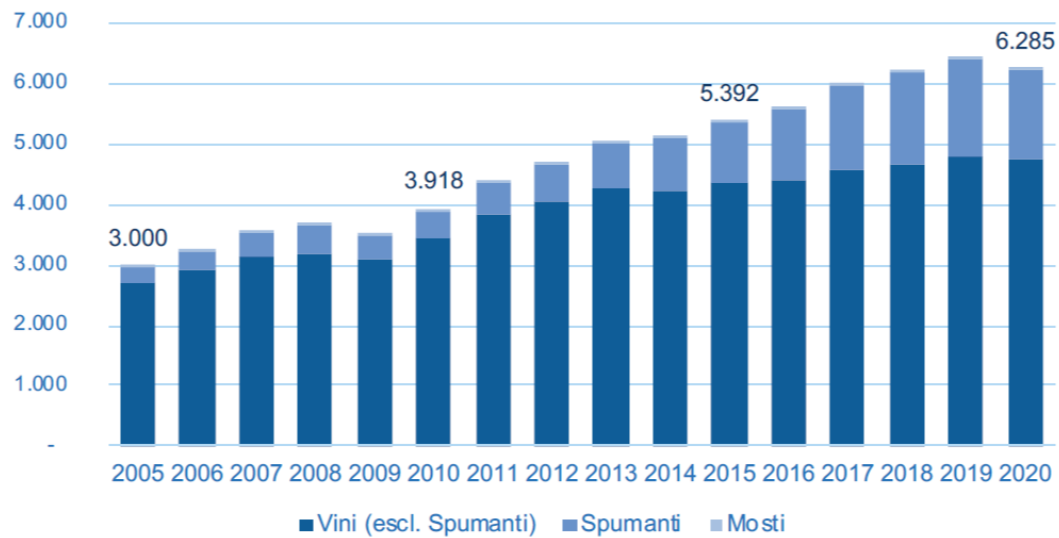
/ La Top 10 delle società vinicole

Rank			Denominazione	Proprietà	Fatturato (€ mln.)		Variazione % 2019-2020P
2019	2020P	Var. 2019-2020P			2019	2020	
1	1	-	CANTINE RIUNITE & CIV	Cooperativa	608,0	581,3	-4,4%
2	2	-	CAVIRO	Cooperativa	328,8	361,9	+10,0%
3	4	-1	PALAZZO ANTINORI	Familiare	245,8	215,0	-12,5%
4	3	+1	CASA VINICOLA BOTTER CARLO & C.	Misto	216,6	230,4	+6,4%
5	6	-1	FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI	Familiare	206,0	208,2	+1,1%
6	8	-2	ENOITALIA	Familiare	199,2	200,8	+0,8%
7	10	-3	CASA VINICOLA ZONIN	Misto	196,6	178,3	-9,3%
8	5	+3	CAVIT CANTINA VITICOLTORI	Cooperativa	191,4	209,7	+9,6%
9	11	-2	SANTA MARGHERITA	Familiare	189,4	172,0	-9,2%
10	9	+1	MEZZACORONA	Cooperativa	186,6	193,6	+3,7%

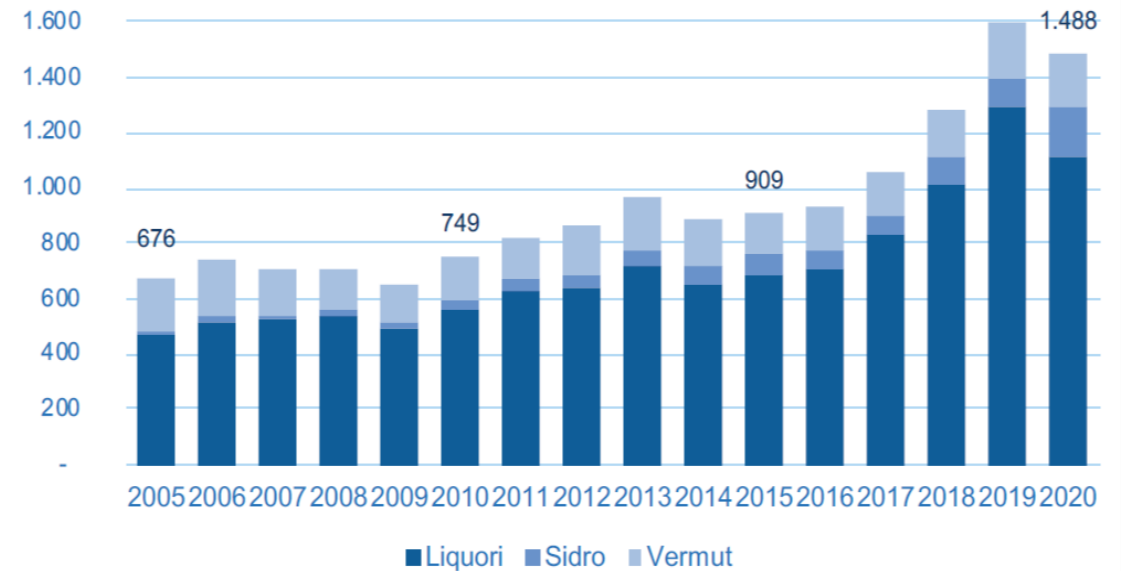
Nel 2020 IWB registra il maggior incremento di fatturato (+29,7%), passando dalla posizione n. 11 alla posizione n. 7.

/ Wine & Spirits: 15 anni di export in crescita

Esportazioni italiane di vini, mln €



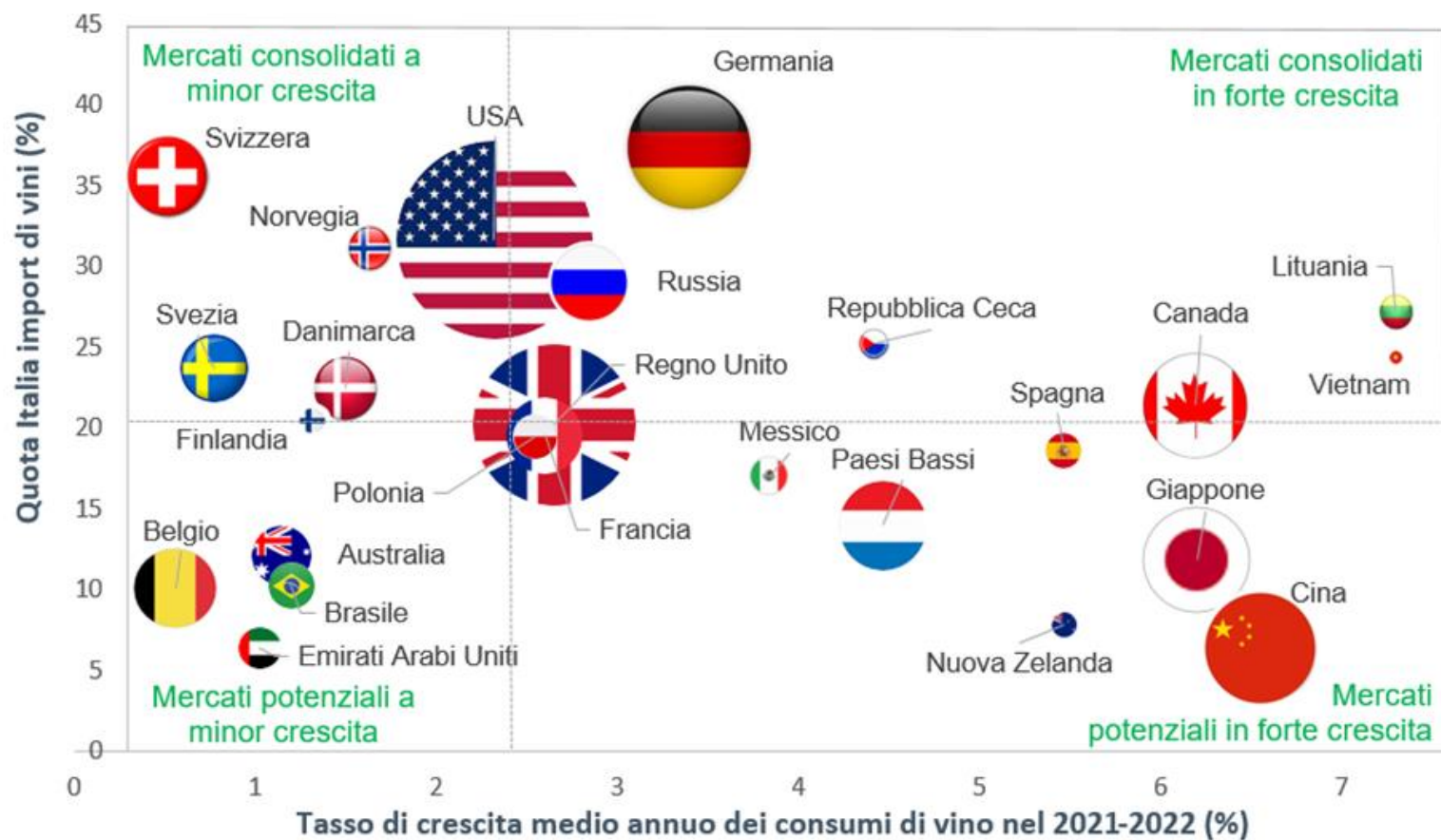
Esportazioni italiane di spirits, mln €



Fonte: Elaborazioni SACE su dati Eurostat

/ Crescita dei consumi e quota di mercato di vini italiani

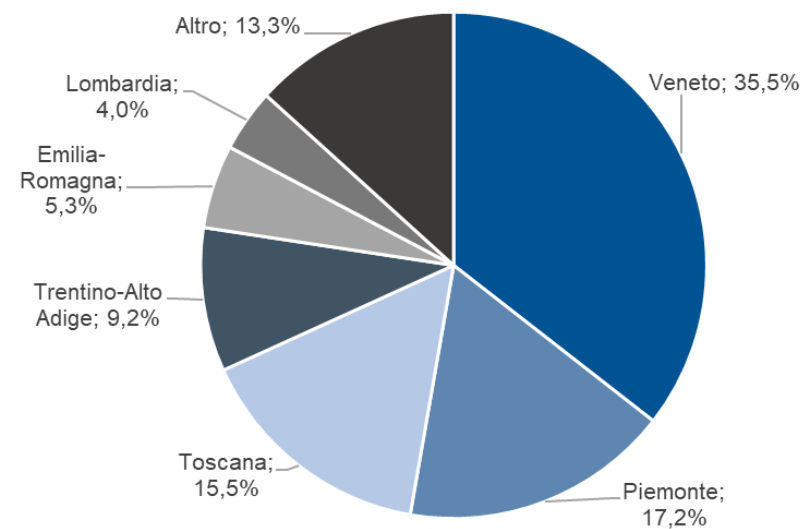
(dimensione delle bolle: import mondiale di vini, \$)



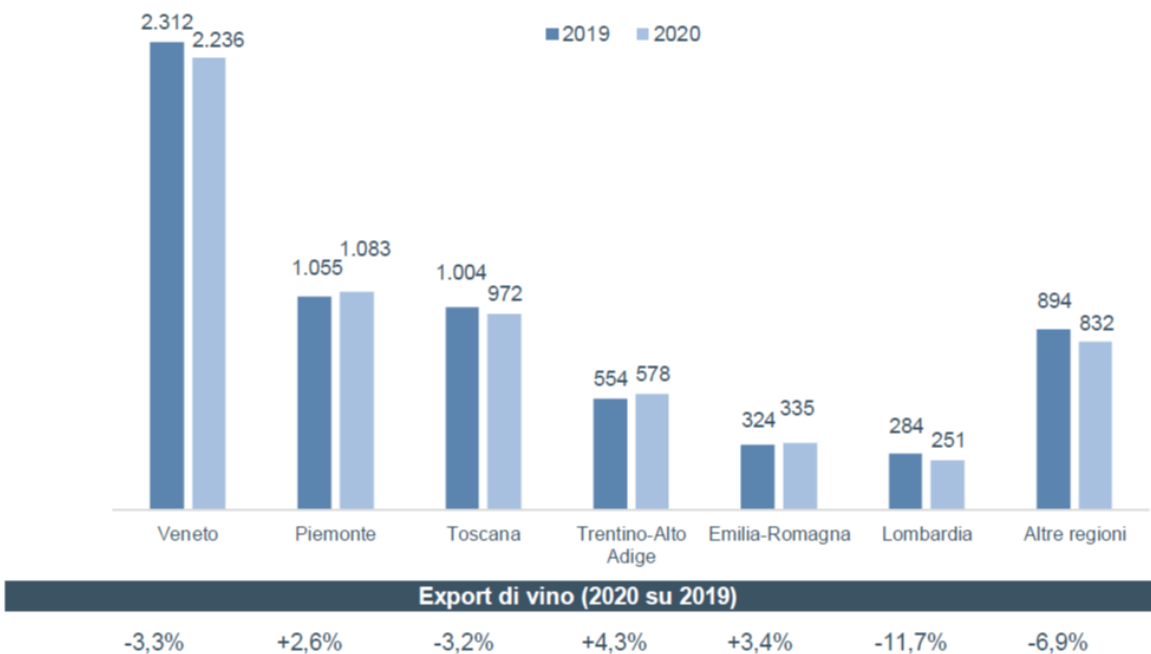
Fonte: Elaborazioni SACE su dati UN Comtrade e Fitch

/ Regione che vai, vino che trovi

Esportazioni regionali di vino in valore, 2020
(peso % sul totale)



Esportazioni regionali di vino in valore
(mln € var % annua)

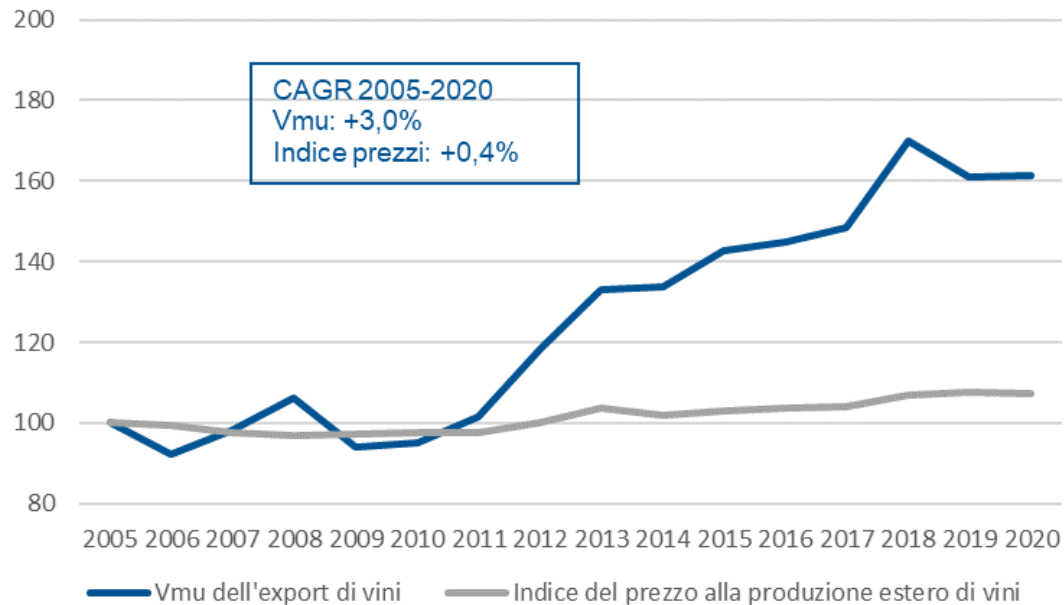


Fonte: Elaborazioni SACE su dati ISTAT

/ Un export non solo di quantità, ma anche di qualità

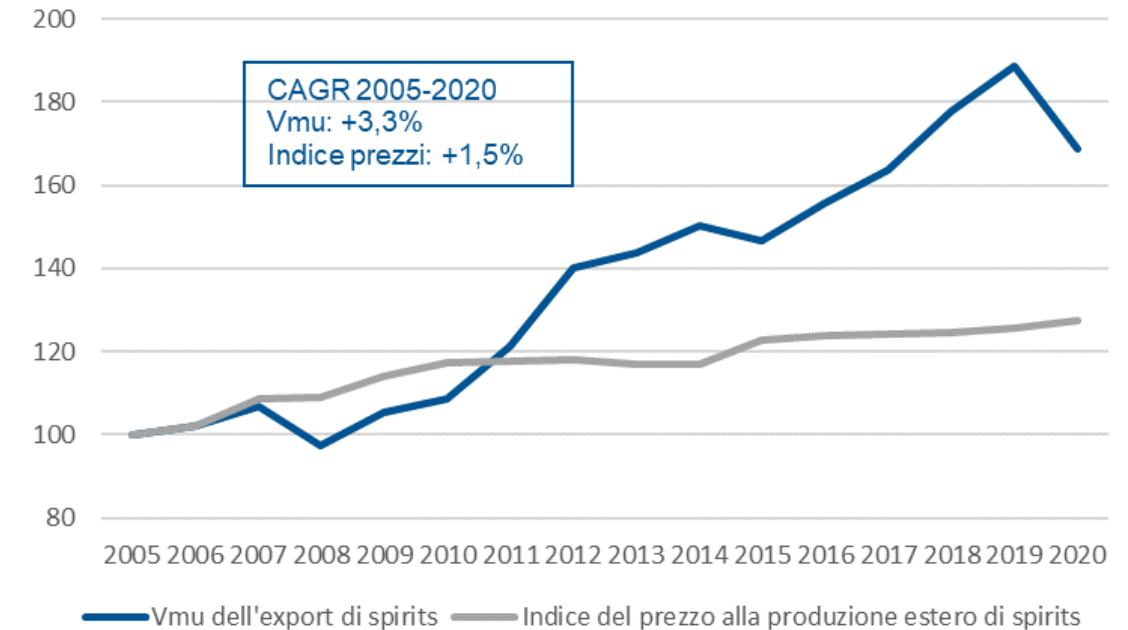
Valore medio unitario e indice del prezzo alla produzione del vino
venduto sul mercato estero

(base 2005 = 100)



Valore medio unitario e indice del prezzo alla produzione degli
spirits venduti sul mercato estero

(base 2005 = 100)

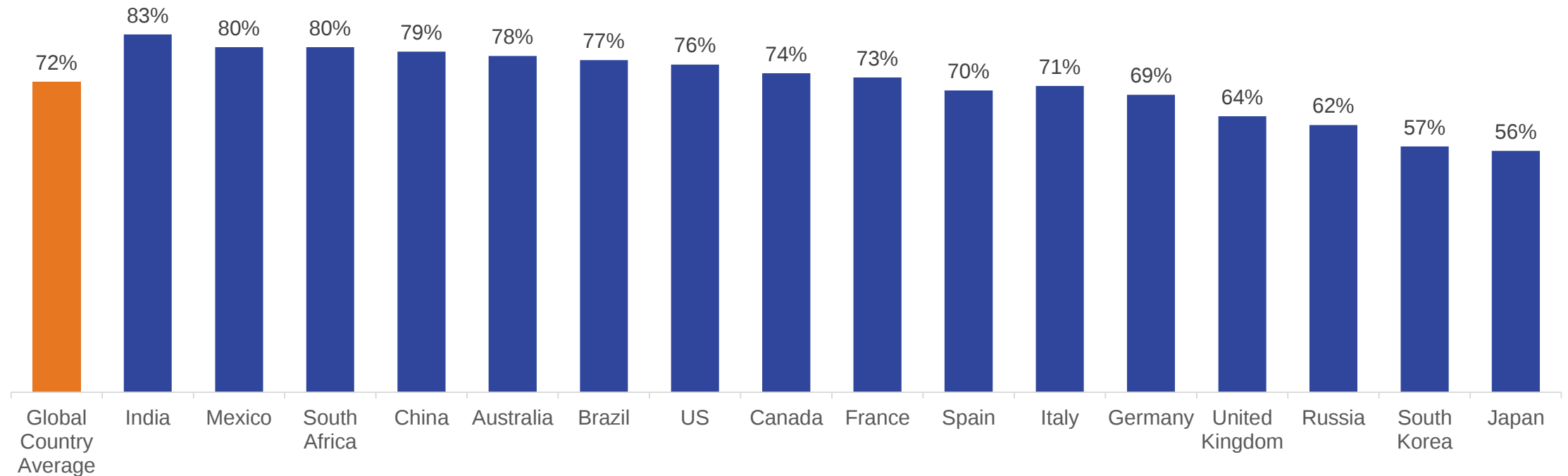


Fonte: Elaborazioni SACE su dati ISTAT

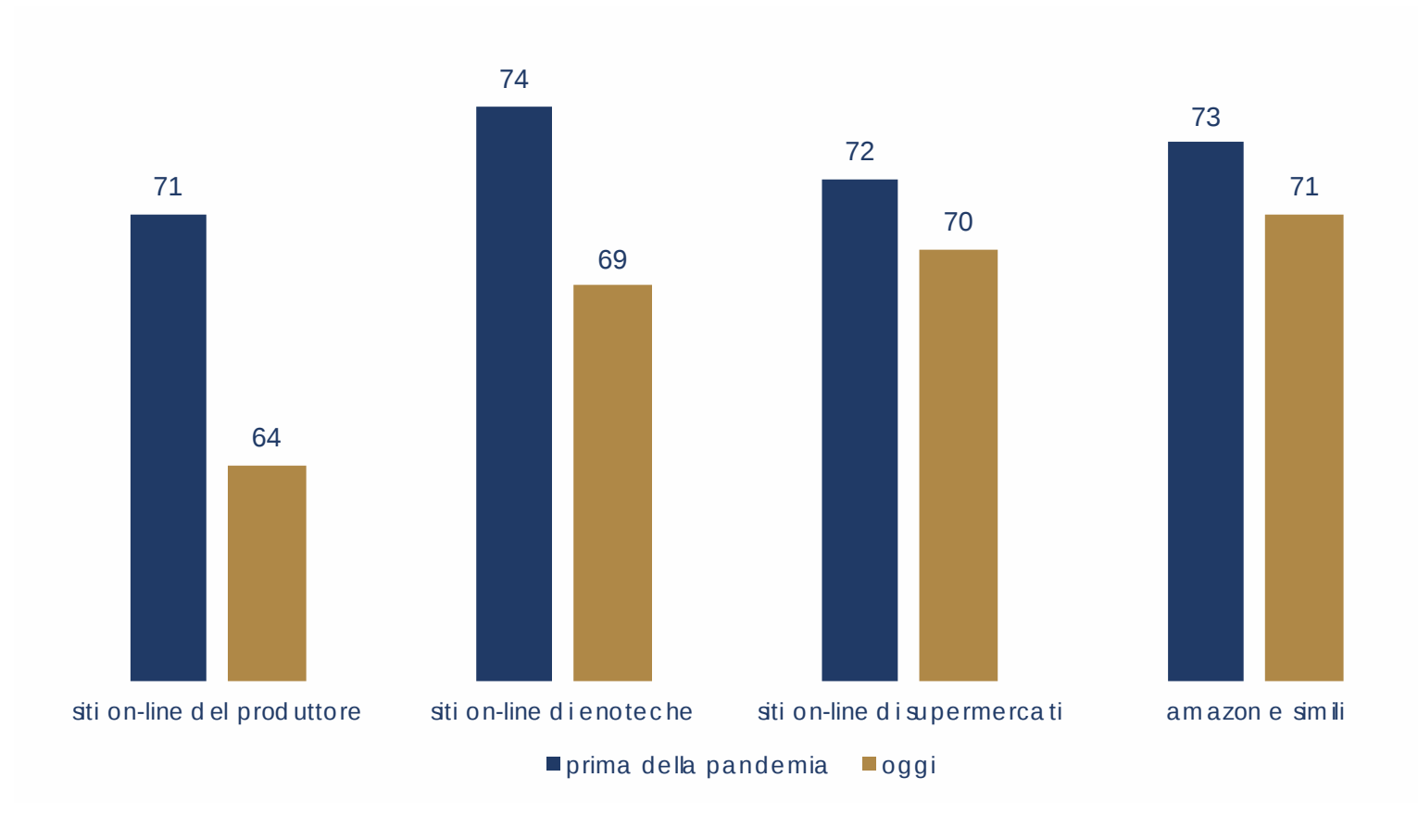
/ L'importanza di acquistare da negozi e aziende locali

«Quando faccio acquisti, per me è importante acquistare da negozi e attività commerciali locali»

Somma risposte di chi è molto o abbastanza d'accordo con questa affermazione



/ Persone che non hanno mai acquistato vino online



/ Il profilo dei bio-fan

24% Gli appartenenti al clan dei wine bio-fan

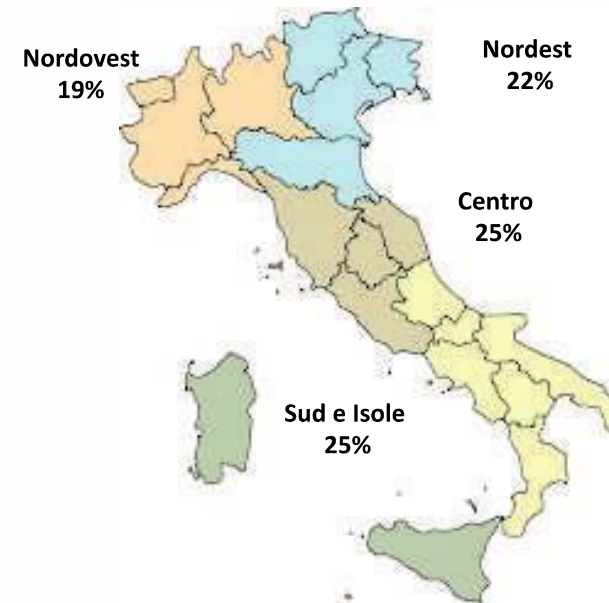
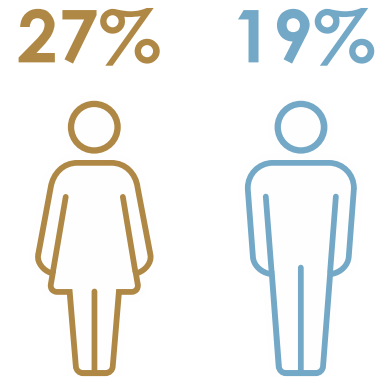


GENERAZIONI

22%
GEN Z E MILLENNIALS

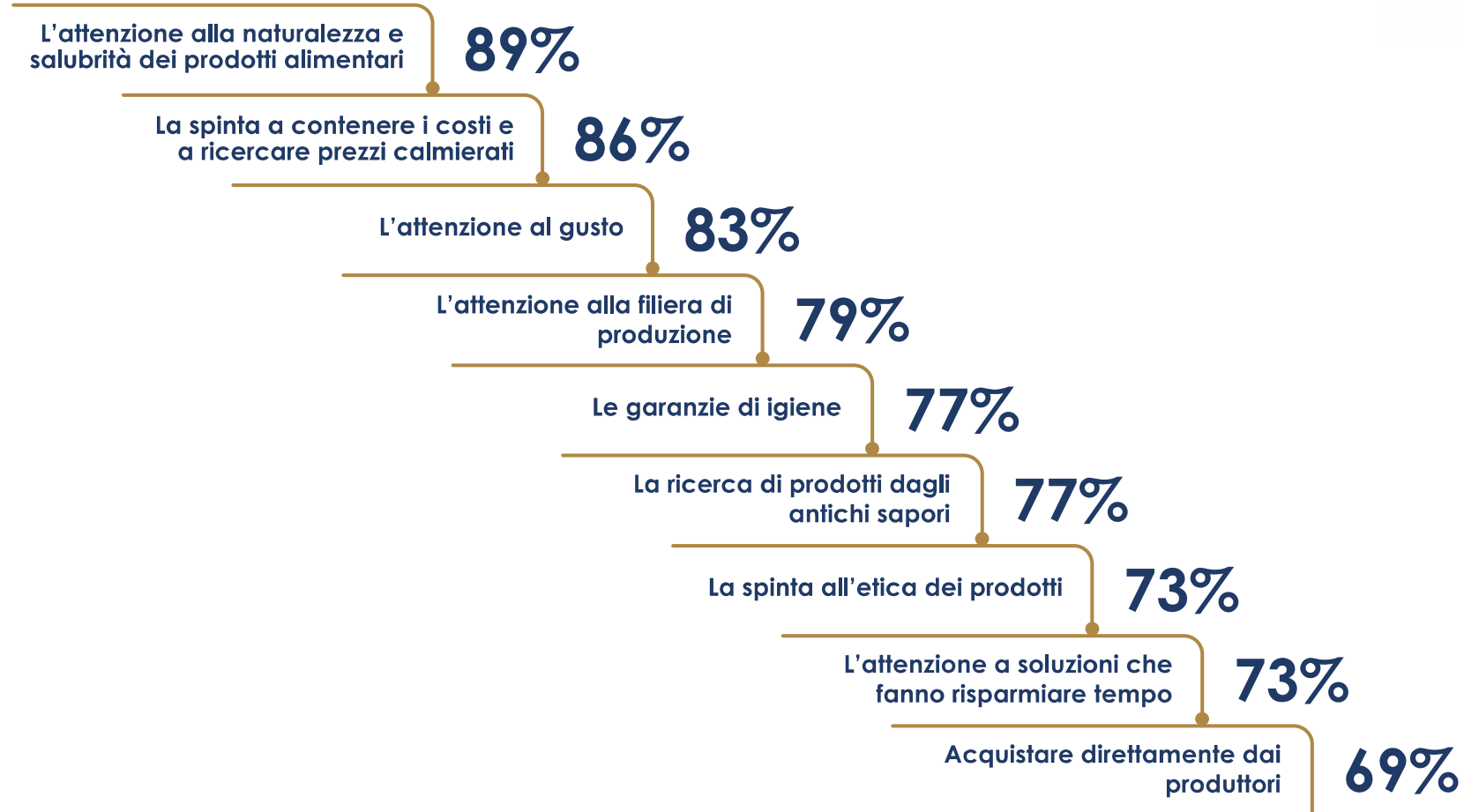
24%
GENERAZIONE X

24%
BABY BOOMERS



/ L'importanza di acquistare da negozi e aziende locali

La scala dei fattori di attenzione dei consumatori



/ Le dinamiche del consumatore in divenire

1	• La ricerca di naturalezza
2	• Local is genius loci
3	• La spinta alla vegetarianità e al veganesimo
4	• L'attenzione agli zuccheri.
5	• il Grazing, ovvero il trionfo degli spuntini
6	• Sommelier a casa mia.
7	• Limited edition
8	• Green identity
9	• Packaging narrante
10	• Sense providing



AREA STUDI
MEDIOBANCA

sace
gruppo cdp

