



Consorzio di Tutela



PROSECCO SUPERIORE
DAL 1876

— Analisi Sintetica

RISULTATI 2020
DELLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE
DELLA DENOMINAZIONE
CONEGLIANO VALDOBBIADENE
PROSECCO DOCG

— Analisi Sintetica

Questo Rapporto rappresenta una elaborazione preliminare del Rapporto Economico 2021 e documenta gli elementi principali dello stato della Denominazione di Origine Controllata e Garantita Conegliano Valdobbiadene Prosecco con riferimento all'anno 2020. Questo testo è frutto delle prime elaborazioni dei dati produttivi e strutturali che annualmente vengono raccolti dal Centro Studi del Distretto del Conegliano Valdobbiadene presso le case spumantistiche che operano all'interno della Denominazione. Quest'attività di documentazione e analisi, svolta sistematicamente ormai da 18 anni, consente con un dettaglio che non ha eguali in altre realtà produttive vitivinicole di documentare l'evoluzione del sistema produttivo del Conegliano Valdobbiadene Prosecco. Il Rapporto Economico offre quindi dati essenziali per l'aggiornamento delle strategie consortili e delle singole aziende che in questo 2021 saranno particolarmente importanti, dovendosi affrontare la sfida del riposizionamento in mercati fortemente segnati dall'epidemia di Covid-19.

I dati provenienti dalle case spumantistiche sono stati elaborati presso il Centro Interdipartimentale per la Ricerca Viticola ed Enologica (CIRVE) dell'Università di Padova, che è responsabile delle analisi economiche dell'ambito del Centro Studi del Distretto del Conegliano Valdobbiadene. A integrazione dei dati di origine interna sono analizzati anche i dati raccolti sul mercato finale da IRI Infoscan.

Il Rapporto è così articolato:

- 1 – LA PRODUZIONE: VOLUMI, VALORI E DESTINAZIONE**
- 2 – EVOLUZIONE DELL'OFFERTA NEL MERCATO ITALIANO**
- 3 – EVOLUZIONE DELL'OFFERTA NEI MERCATI ESTERI**
- 4 – LA REAZIONE ALLA CRISI**
- 5 – TRANSIZIONE ECOLOGICA E SOSTENIBILITÀ SOCIALE**

Considerazioni di Sintesi

Hanno collaborato alla stesura di questo rapporto:

Vasco Boatto
(Responsabile del Centro Studi di Distretto)

Eugenio Pomarici
(Responsabile scientifico del Rapporto Economico)

Luigino Barisan
(CIRVE)

→ IL VIGNETO

Superficie produttiva totale (ettari)	8.712
Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG	8.104
Rive DOCG	494
Vigna	6
Superiore di Cartizze DOCG	108

→ LE PERSONE

Totale addetti (numero)	6.770
Nelle imprese viticole	3.237
Nelle imprese vinificatrici	237
Nelle imprese spumantistiche	3.294
Vigneto	432
Cantina (di cui 285 enologi)	1.318
Amministrazione & Commerciale	900
Ufficio Export	245
Direttori Commerciali	74
Imprenditori	325

→ LA PRODUZIONE

Uva rivendicata – con stoccaggio (tonnellate)	85.692
Vino idoneo al prelievo (ettolitri)	690.791
Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG (bottiglie)	92.105.416
Spumante	85.705.612
Rive	2.396.939
Superiore di Cartizze	1.352.103
Frizzante	2.555.635
Tranquillo	95.127
Valore alla produzione (euro)	526.618.036

→ ORGANIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE*

		uva	vino base	spumante
Numero Imprese per Produzione	2.081	3.357	442	192
Viticoltori Indipendenti	1.614	1.614	-	-
Vinificatori	275	275	275	-
Vitivinicoltori	109	109	109	109
Cooperative	7	1.322	7	7
Spumantisti Trasformatori	43	29	43	43
Spumantisti Puri	33	8	8	33

→ IL VALORE DELLO SPUMANTE DOCG**

	Valore totale della produzione (euro)	Quota a volume
Vendite in Italia (euro)	291.689.223	57,9%
Export Totale (euro)	206.511.058	42,1%
1. Regno Unito	46.691.144	22,0%
2. Germania	42.850.130	18,6%
3. Svizzera	28.736.960	15,2%
4. Benelux	11.646.355	6,1%
5. Austria	10.149.551	5,7%
6. Stati Uniti	9.225.537	4,7%
7. Russia	6.600.077	3,2%
8. Canada	6.216.738	3,3%
9. Scandinavia	5.244.766	2,5%
10. Australia e Nuova Zelanda	3.948.793	2,2%
Altri mercati (oltre 140)	35.201.006	16,5%

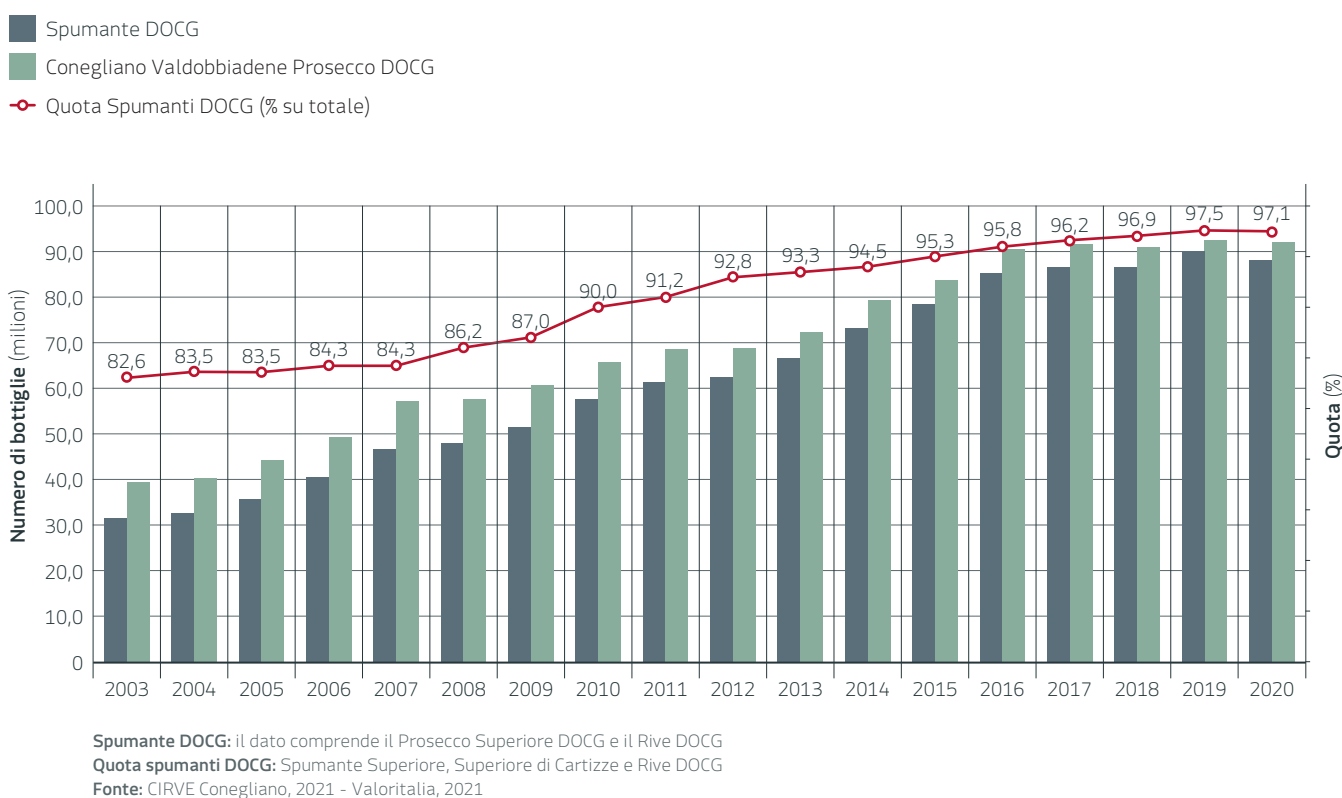
*Dato riferito al 2019 **Prosecco Superiore DOCG e Rive DOCG

Fonte: Valoritalia, 2020 - C.I.R.V.E., 2021

1 – LA PRODUZIONE: VOLUMI, VALORI E DESTINAZIONE

Il 2020 ha visto l'immissione nel mercato del Conegliano Valdobbiadene di un flusso di prodotto alimentato da una vendemmia, quella del 2019, meno abbondante di quella del 2018, ma comunque di entità superiore alla media dei 5 anni precedenti. Questo ha consentito alla Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco (la Denominazione nel testo che segue) di immettere sul mercato, nonostante la crisi pandemica che ha caratterizzato buona parte del 2020, sostanzialmente lo stesso volume di prodotto dell'anno precedente. Il mercato ha ricevuto infatti 92,1 milioni di bottiglie, confermando quindi una performance di mercato della Denominazione che si colloca al massimo livello a più di 50 anni dal suo riconoscimento (Figura 1).

(fig. 1) → **Evoluzione della produzione in bottiglia, 2003-2020**



Il 2020 vede una modesta contrazione della quota del vino spumante sulla produzione complessiva della Denominazione, che scende al 97,1% per effetto di un aumento di interesse per la tipologia frizzante, come conseguenza verosimilmente dei mutamenti nelle condizioni di consumo conseguenti alla crisi sanitaria.

Nell'ambito della produzione di spumante della Denominazione, il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore senza menzioni (Spumante DOCG) rappresenta anche nel 2020 la quota largamente maggioritaria mentre il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Rive (Rive) e il Conegliano Valdobbiadene Superiore di Cartizze (Superiore di Cartizze) rappresentano una quota ridotta dell'offerta (Tabella 1). Si rileva tuttavia che, a fronte di una stabilità dell'offerta del Superiore di Cartizze che ha ormai raggiunto i limiti fisici della produzione, la tipologia Rive (istituita nel 2009) vede nel 2020 una crescita importante, pari al 14% in volume e al 36% in valore. Si tratta di un risultato importante, soprattutto perché conseguito in un anno così difficile, che segnala il riconoscimento da parte del mercato del pregio di questa tipologia che, essendo realizzata in aree particolarmente vocate e con norme viticole severe, è in grado di esprimere risultati sensoriali di particolare interesse, capaci di testimoniare i valori specifici dei *terroir* di provenienza (<https://www.prosecco.it/it/prosecco-superiore-docg/tipologie/>).

I dati elaborati mostrano inoltre che alla sostanziale stabilità quantitativa del flusso di prodotto inviato ai mercati si è accompagnata una stabilità del valore dell'offerta della Denominazione, che stabilizza i risultati conseguiti negli anni precedenti (Figura 2). Il 2020 ha pertanto fatto emergere la solidità della relazione della Denominazione con il mercato, relazione che comunque è stata difesa dalle azioni di controllo dell'offerta messe in atto dal Consorzio e dalla lucidità, lungimiranza e capacità di adattamento che hanno caratterizzato i comportamenti delle imprese.

Complessivamente nel 2020 la Denominazione ha consegnato al mercato una produzione il cui valore si può stimare pari a 526,6 milioni di euro. Si tratta di un valore superiore a quello del 2019 che attesta un risultato certamente molto positivo della Denominazione che non ha molti eguali in Italia. A fronte di questo risultato complessivo, gli effetti economici della pandemia sono stati molto diversi sui diversi attori, in ragione della dinamica dei loro segmenti di mercato di riferimento e della effettiva possibilità di riallocare la produzione. L'indagine svolta dal Consorzio nel giugno 2020 mostrava infatti che i cali delle vendite tra marzo e maggio 2020 avevano colpito con intensità molto diversa le diverse imprese della Denominazione e si rilevava che in tutti i gruppi dimensionali si riscontravano soggetti che registravano perdite di fatturato importanti, che verosimilmente non è stato possibile riassorbire completamente⁽¹⁾. Le imprese nel 2020 hanno fatto fronte allo shock che ha investito i mercati con una importante riallocazione della produzione tra mercato italiano e mercato estero. Dopo un 2019 che aveva visto una espansione delle esportazioni, il 2020 si è caratterizzato da una nuova crescita della quota di offerta destinata al mercato interno, che si è accompagnata però ad un incremento sensibile del valore unitario dei prodotti esportati, tale che a fronte di una diminuzione in volume dell'export il valore risulta invece in crescita (Figure 3 e 4, Tabella 2). Interessante notare comunque che la riduzione dell'export in volume risulta inferiore alla contrazione del commercio mondiale degli spumanti (-6%) che peraltro risulta caratterizzata anche da una notevole riduzione del valore (-13%).

(tab. 1) → **Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG: struttura della gamma dell'offerta, 2019-2020***

PRODOTTI		2020	*Var.% 19/20
Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG			
Volume	(bott.)	92.105.416	+0,02 %
Prezzo medio	(€/bott.)	5,72	+0,4 %
Valore	(€)	526.618.036	+0,4 %
Spumante DOCG			
Volume	(bott.)	85.705.612	-0,7 %
Prezzo medio	(€/bott.)	5,60	-0,2 %
Valore	(€)	479.887.874	-0,9 %
Quota in volume	(%)	93,1 %	-0,6 %
Quota in valore	(%)	91,1%	-1,2 %
Superiore Cartizze			
Volume	(bott.)	1.352.103	-2,7 %
Prezzo medio	(€/bott.)	12,19	+2,4 %
Valore	(€)	16.482.613	-0,3 %
Quota in volume	(%)	1,5 %	-
Quota in valore	(%)	3,1 %	-0,1 %
Rive DOCG			
Volume	(bott.)	2.396.939	+14,0 %
Prezzo medio	(€/bott.)	7,64	+19,0 %
Valore	(€)	18.312.406	+35,7 %
Quota in volume	(%)	2,6 %	+0,3 %
Quota in valore	(%)	3,5 %	+0,9 %
Frizzante DOCG			
Volume	(bott.)	2.555.635	+19,7 %
Prezzo medio	(€/bott.)	4,67	-2,4 %
Valore	(€)	11.935.142	+16,9 %
Quota in volume	(%)	2,8 %	+0,5 %
Quota in valore	(%)	2,3 %	+0,4 %

*Dato provvisorio

Fonte: CIRVE Conegliano, 2021 - Valoritalia, 2021

(tab. 2) → **Spumanti DOCG*: la dinamica delle vendite in Italia e all'estero, 2017-2018****

MERCATI	**2020	*Var.% 19/20
Italia		
Volume (bott.)	51.022.014	+2,5 %
Prezzo medio (€/bott.)	5,72	-3,8 %
Valore (€)	291.689.223	-1,4 %
Estero		
Volume (bott.)	37.080.537	-4,0 %
Prezzo medio (€/bott.)	5,57	+6,4 %
Valore (€)	206.511.058	+2,2 %

*Il dato comprende lo Spumante DOCG e il Rive DOCG **Dato provvisorio
Fonte: CIRVE Conegliano, 2021 - Valoritalia, 2021

(1) **Maggiori informazioni:**

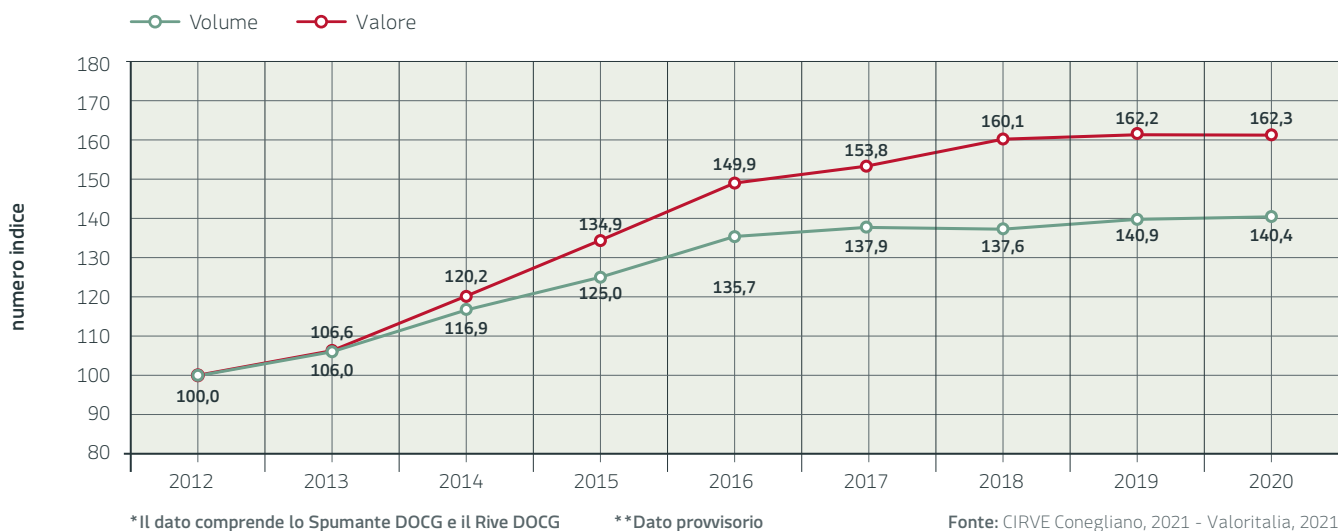
Sezione "Fatti&Cifre del 2020" nel **Rapporto Economico 2020**: <https://www.prosecco.it/wp-content/uploads/2020/12/Rapporto-Economico-2020.pdf>

Questa diversità di risultati ha caratterizzato tutto il settore del vino. **Maggiori informazioni da:**

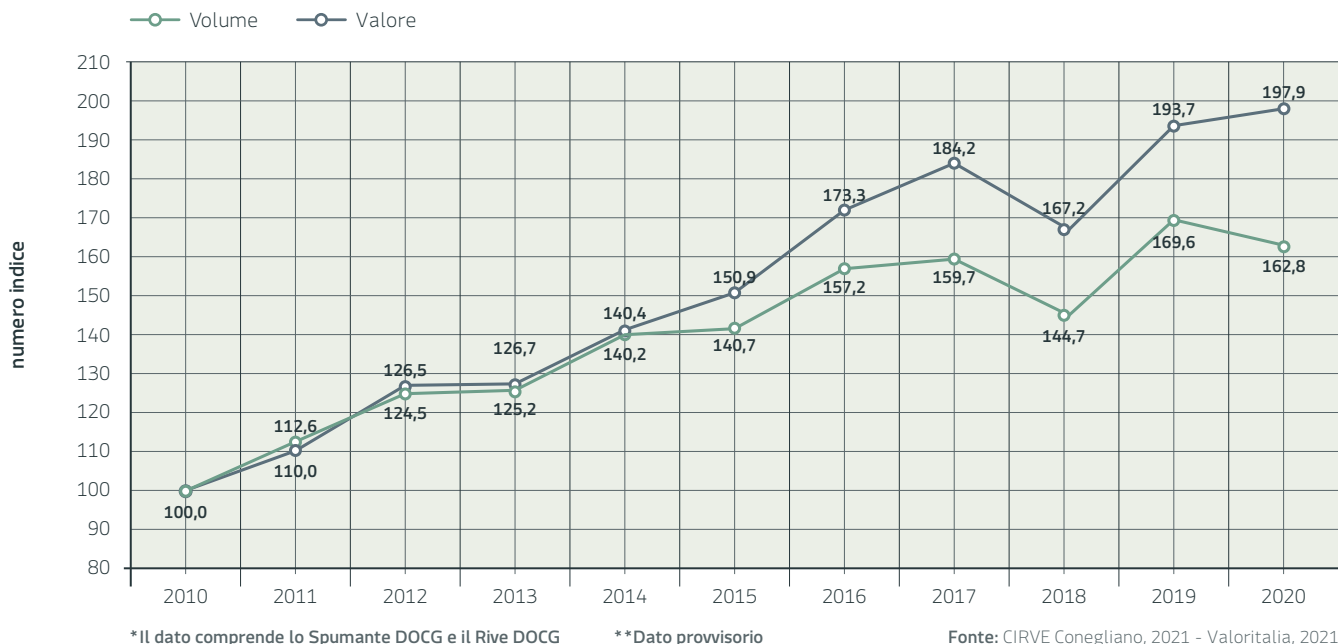
ISMEA: <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/22350>

Geisenheim University: <https://www.hs-geisenheim.de/en/research/overview/n/geisenheimer-erstellen-erste-globale-studie-zu-corona-prowein-business-report/>

(fig. 2) → Spumanti DOCG*: la dinamica a valore e volume dell'offerta (numeri indice - base 2012 =100) 2012-2020**



(fig. 3) → Spumanti DOCG*: la dinamica a valore e volume sul mercato estero (numeri indice – base 2010 = 100) 2010-2020**

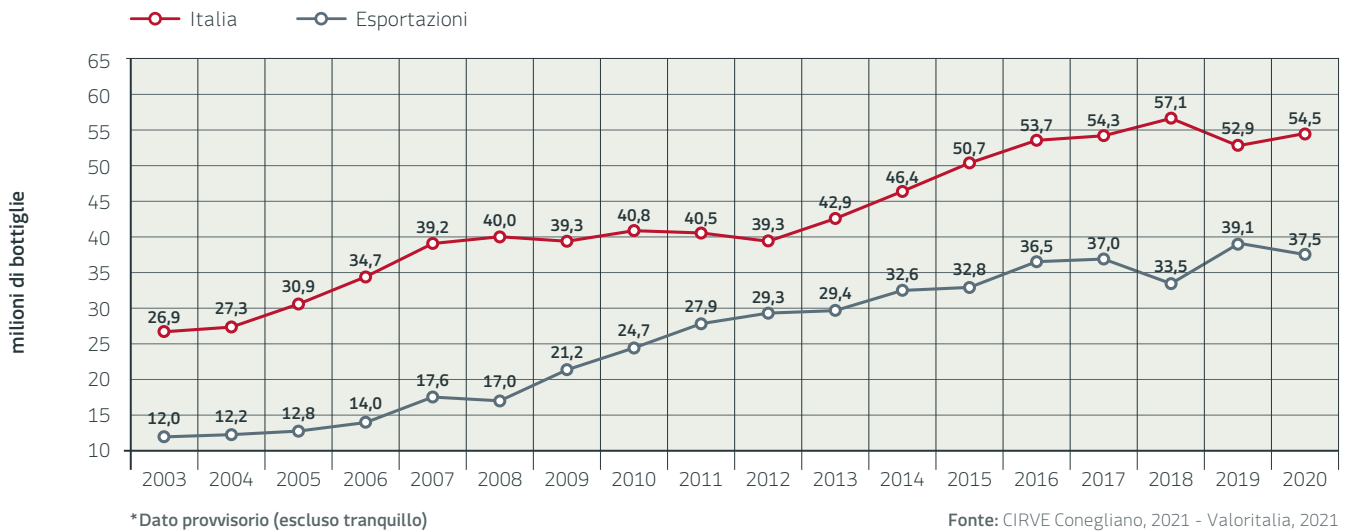


La riduzione quantitativa delle esportazioni ha dunque dato spazio alle vendite in Italia che sono cresciute del 2,5% in volume, espandendosi tuttavia in segmenti di relativo minore valore, con la conseguenza di una modesta riduzione del prezzo medio che ha condotto ad una riduzione del valore della produzione destinata al mercato interno (-1,4%).

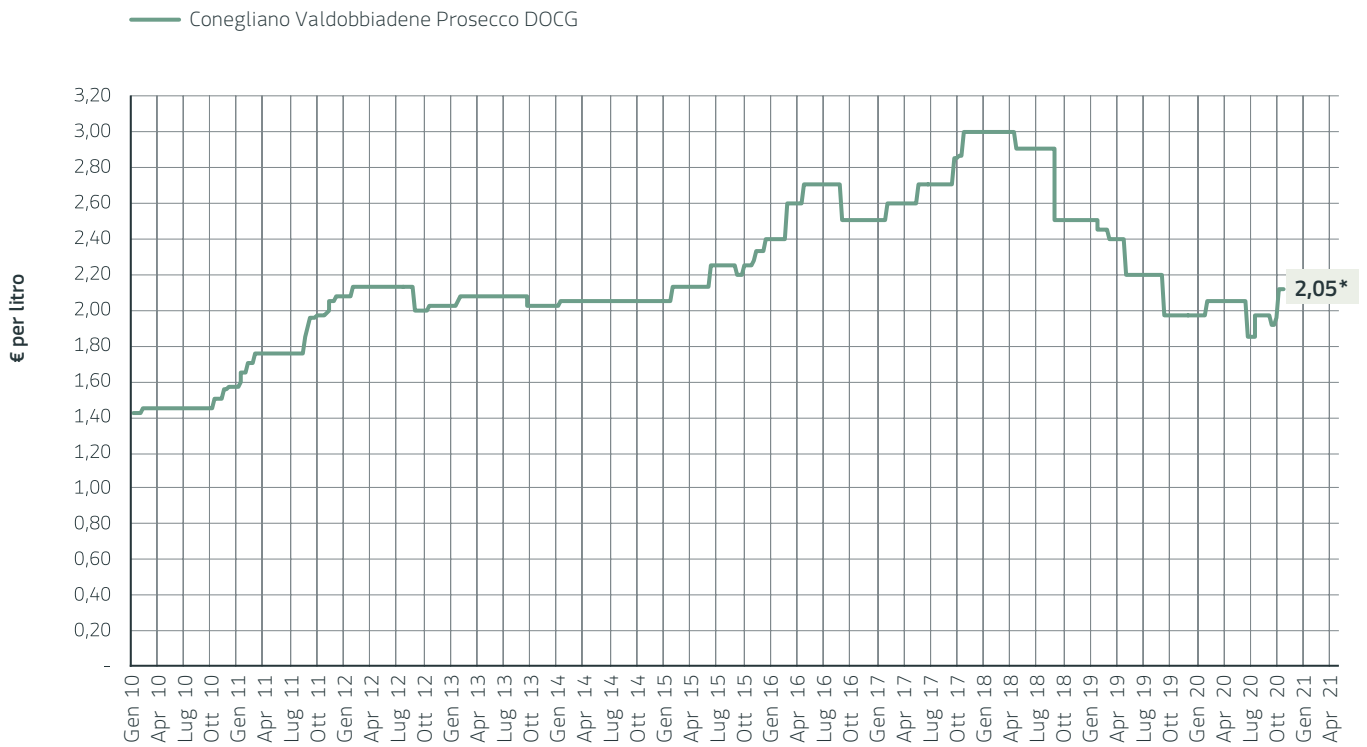
Complessivamente il 2020, destinando al mercato interno circa 51 milioni di bottiglie e a quello internazionale 37 milioni di bottiglie, vede un ribilanciamento della ripartizione delle vendite degli spumanti delle Denominazione tra le due aree, con la quota delle vendite all'estero che torna al 42% e quella delle vendite in Italia che risale al 58%.

Un elemento importante da mettere in evidenza analizzando un anno difficile come quello appena trascorso è quello della stabilità dei prezzi all'origine. Come evidenziato dalla figura 5, nel corso del 2020 il prezzo del vino base atto a Conegliano Valdobbiadene DOCG è rimasto sostanzialmente allineato con gli ultimi mesi prima della pandemia (autunno 2019 e primo bimestre 2020), anche se più basso degli anni tra il 2016 e il 2018 caratterizzati dal combinarsi di avversità meteo (vendemmia 2017) e accelerazione della domanda di mercato, che peraltro avevano condotto ad una crescita preoccupante delle giacenze. Efficaci e lungimiranti sono risultate le misure di controllo dell'offerta che erano state predisposte da Consorzio di Tutela e autorizzate dalla Regione Veneto per la vendemmia 2019 poi confermate per la vendemmia 2020.

(fig. 4) → Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG: evoluzione vendite in bottiglia tra Italia ed estero, 2003-2020*



(fig. 5) → Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG: trend dei prezzi nel mercato del vino sfuso, IVA esclusa, franco cantina, 2010-2021 (aggiornamento aprile 2021*)



Fonte: CIRVE Conegliano, 2021 - su dati Borsa Merci della Camera di Commercio di Treviso, 2010-2021

2 – EVOLUZIONE DELL’OFFERTA SUL MERCATO ITALIANO

Ad una crescita complessiva dei volumi dello spumante Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore destinata nel 2020 al mercato nazionale si è accompagnata una notevole modifica della quota dei diversi canali di vendita (Tabella 3). Si tratta di una inevitabile conseguenza dei profondi cambiamenti delle modalità di consumo che si sono verificate nel 2020, per effetto del lockdown prima e poi delle limitazioni imposte dal perdurare della crisi sanitaria in autunno, cui le imprese della Denominazione hanno saputo nel loro insieme reagire efficacemente.

(tab. 3) → **Spumanti DOCG*: dinamica dell’offerta in Italia per canali, 2019-2020****

	VOLUME			VALORE			PREZZO MEDIO
	Quota (%)	Quota (%)	Var.% (vol.)	Quota (%)	Quota (%)	Var.% (val.)	
Canali distributivi**	2019	**2020	2019/20	2019	**2020	2019/20	Var.% 2019/20
Vendita diretta	6,5	5,3	-16,4	7,5	6,6	-13,5	+3,4
Centrali d’acquisto	37,0	23,5	-22,1	32,5	28,1	-24,0	-2,4
Ho.Re.Ca ed enoteche	30,9	47,3	+31,1	36,5	41,5	+25,8	-4,0
Grossisti e distributori	24,1	20,3	-13,8	21,8	18,8	-14,9	-1,3
E-commerce	0,5	2,0	+325,8	0,6	3,1	+425,1	+23,3
Altri canali	1,0	1,6	+65,0	1,1	2,0	+69,4	+2,6

*Il dato comprende lo Spumante DOCG e il Rive DOCG **Dato provvisorio

Fonte: CIRVE Conegliano, 2021 - Valorialta, 2021

In termini percentuali i cambiamenti più spettacolari sono a carico del commercio elettronico e degli “altri canali” che includono le vendite a privati di tipo tradizionale. Particolarmente interessante comunque è il caso del commercio elettronico che esibisce un quadruplicamento della quota in volume a prezzi nettamente crescenti. Segnale questo che nel rivolgersi a questo canale i clienti hanno ricercato bottiglie di particolare pregio.

Una notevole crescita si rileva anche per le vendite alle centrali di acquisto (piattaforme che riforniscono la grande distribuzione, i discount e il Cash and Carry), che nel 2020 arrivano ad assorbire quasi la metà (47%) della produzione destinata al mercato interno, in seguito ad un aumento dei volumi assorbiti (a prezzi decrescenti) superiore al 30%. Buona parte di questa crescita ha alimentato la crescita delle vendite della GDO, che nel 2020 sono risultate superiori del 17% in volume e del 15% in valore rispetto al 2019.

In forte diminuzione risultano i volumi assorbiti dal canale tradizionale (Horeca e enoteche) e dai grossisti e distributori che vedono ridursi la loro quota in volume sulle vendite in Italia rispettivamente di 7 e 4 punti percentuali circa. In termini di valore, invece, più marcata risulta la riduzione della quota del canale tradizionale, mentre più modesta risulta quella dei grossisti e distributori.

Considerato che non tutto l’aumento delle consegne alle centrali di acquisto risulta trasferito alla GDO è possibile intravedere una modifica, forse accelerata dalla crisi pandemica, delle modalità di approvvigionamento di diverse forme di dettaglio e della ristorazione che abbandonano i tradizionali grossisti e distributori per rivolgersi alle grandi piattaforme.

Riguardo alla vendita diretta si rileva una riduzione che però avviene a prezzi crescenti, fenomeno che può essere associato all’attività enoturistica che sebbene compressa dalle limitazioni agli spostamenti ha comunque conservato un suo rilievo (sezione numero 4). I dati sembrano confermare, quindi, una tendenza osservata negli anni scorsi: la perdita di importanza della vendita diretta per approvvigionamento corrente delle famiglie della zona, che trovano più conveniente rivolgersi ad altri canali, e una sua valorizzazione in chiave enoturistica, con importanti benefici comunque in termini di diffusione del prestigio della Denominazione.

3 – EVOLUZIONE DELL'OFFERTA NEI MERCATI ESTERI

La dinamica dell'offerta destinata ai mercati esteri nel corso del 2020 è risultata piuttosto complessa, e appare il frutto di una notevole capacità di manovra da parte delle imprese della Denominazione nella selezione delle destinazioni più remunerative. La riduzione dei volumi e la crescita del valore delle esportazioni si sono accompagnate, infatti, a modifiche rilevanti della presenza nei diversi mercati, che possono essere lette nel loro complesso come un'accresciuta diversificazione delle destinazioni.

Si osserva che le riduzioni delle spedizioni più consistenti si concentrano in alcuni dei mercati consolidati, dove la presenza della Denominazione è più radicata e di lunga data (Tabella 4), piuttosto che nei mercati che possono essere tuttora considerati nuovi importatori dove si registrano quasi ovunque incrementi, in alcuni casi a fronte delle riduzioni registrate nel 2019 (Tabella 5).

La riduzione delle esportazioni complessive della Denominazione risulta determinata principalmente dalle contrazioni delle spedizioni verso il Regno Unito, che è la prima destinazione dell'export del Conegliano Valdobbiadene, e degli Stati Uniti, con un contributo minore della contrazione delle spedizioni verso mercati di minore rilievo quantitativo quali l'Oceania e l'America Latina (escluso Brasile). Relativamente al Regno Unito si deve però ricordare che nel 2019, per fare scorte in vista della conclusione della Brexit, questo Paese aveva sostanzialmente raddoppiato le importazioni e quindi quanto avvenuto nel 2020 può essere inquadrato come un rimbalzo tecnico. La riduzione delle spedizioni verso gli Stati Uniti si può ricondurre a scelte strategiche di diversificazione degli sbocchi alla ricerca di destinazioni che valorizzano maggiormente il prodotto DOCG.

(tab. 4) → **Spumanti DOCG*: dinamiche dell'export a volume e valore verso le principali destinazioni nel breve (2019-2020**) e medio termine (2010-2020**)**

Rank	MERCATI	**2020	**Var. % 2019-2020	**Var. % 2010-2020
1	Regno Unito			
	Volume (bott.)	8.143.093	-36,0 %	+601,0 %
	Valore (€)	46.691.144	-25,7 %	+894,9 %
2	Germania			
	Volume (bott.)	6.903.757	+2,3 %	-11,6 %
	Valore (€)	42.850.130	+8,5 %	+21,3 %
3	Svizzera			
	Volume (bott.)	5.638.799	+8,6 %	+61,8 %
	Valore (€)	28.736.960	+14,3 %	+76,2 %
4	Benelux			
	Volume (bott.)	2.248.538	+25,9 %	+119,4 %
	Valore (€)	11.646.355	+27,6 %	+141,3 %
5	Austria			
	Volume (bott.)	2.129.926	+34,3 %	+24,7 %
	Valore (€)	10.149.551	+24,5 %	+29,4 %
6	Stati Uniti			
	Volume (bott.)	1.733.411	-39,1 %	-48,6 %
	Valore (€)	9.225.537	-41,2 %	-40,8 %
7	Federazione russa			
	Volume (bott.)	1.184.933	+92,9 %	+225,2 %
	Valore (€)	6.600.077	+104,9 %	+459,0 %
8	Canada			
	Volume (bott.)	1.216.742	+11,7 %	+27,2 %
	Valore (€)	6.216.738	+14,8 %	+18,6 %
9	Scandinavia			
	Volume (bott.)	915.747	+54,4 %	+54,6 %
	Valore (€)	5.244.766	+61,7 %	+93,4 %
10	Australia e Nuova Zelanda			
	Volume (bott.)	829.944	-12,9 %	+355,5 %
	Valore (€)	3.948.793	-24,7 %	+436,4 %

*Il dato comprende lo Spumante DOCG e il Rive DOCG

**Dato provvisorio

Fonte: CIRVE Conegliano, 2021 - Valoritalia, 2021

Considerando invece i mercati in crescita appare certamente di notevole interesse la performance in Germania, che è il secondo mercato estero della Denominazione, dove negli ultimi anni si era registrato un indebolimento della posizione competitiva. La crescita in volume e ancora di più in valore apre delle prospettive interessanti in un mercato di primaria importanza, soprattutto per il segmento degli spumanti dove si colloca la Denominazione.

Di notevole immediata importanza per le prospettive di sviluppo della Denominazione sono anche il raddoppio delle spedizioni verso la Federazione Russa, il triplicamento di quelle verso il Giappone e, più in generale, il rafforzamento della presenza in Estremo Oriente. Più in generale appare molto positiva la crescita, seppure ancora su volumi contenuti, in numerosi altri Paesi in tutti i continenti.

(tab. 5) → **Spumanti DOCG*: dinamiche dell'export a volume verso i nuovi importatori nel breve (2019-2020**) e medio termine (2010-2020**)**

Rank	MERCATI	**2020	**Var. % 2019/2020	**Var. % 2010/2020
11	Paesi Mitteleuropei e Baltici			
	Volume (bott.)	1.812.992	+9,6 %	-
	Valore (€)	10.207.145	+12,4 %	-
12	Paesi Adriatico - Danubiani			
	Volume (bott.)	1.207.335	+23,9 %	-
	Valore (€)	6.845.589	+30,8 %	-
13	Altri Paesi dell'Unione Europea			
	Volume (bott.)	737.917	+37,4 %	-
	Valore (€)	3.888.823	+37,7 %	-
14	Giappone			
	Volume (bott.)	525.631	+224,1 %	+53,9 %
	Valore (€)	3.321.988	+243,9 %	+64,0 %
15	Francia			
	Volume (bott.)	586.260	+104,1 %	-
	Valore (€)	3.113.041	+110,3 %	-
16	Sud-Est Asiatico			
	Volume (bott.)	458.469	+90,3 %	-
	Valore (€)	2.874.601	+113,4 %	-
17	Paesi America Latina			
	Volume (bott.)	308.372	-14,9 %	+31,2 %
	Valore (€)	1.800.892	-10,9 %	+60,9 %
18	Cina e Hong Kong			
	Volume (bott.)	210.143	+46,9 %	+15,3 %
	Valore (€)	1.250.351	+52,5 %	+60,0 %
19	Sudafrica			
	Volume (bott.)	117.135	+15.310,0 %	-
	Valore (€)	795.347	+16.886,0 %	-
20	Paesi Asiatici e Africani			
	Volume (bott.)	78.613	+55,0 %	-
	Valore (€)	534.568	+76,6 %	-
21	Penisola Arabica			
	Volume (bott.)	46.356	+28,4 %	-
	Valore (€)	309.658	+36,6 %	-
22	Brasile			
	Volume (bott.)	44.235	+0,3 %	-84,7 %
	Valore (€)	251.255	+6,9 %	-79,0 %
23	Nigeria:			
	Volume (bott.)	2.189	+15,2 %	-
	Valore (€)	7.749	-41,3 %	-

*Il dato comprende lo Spumante DOCG e il Rive DOCG

**Dato provvisorio

Fonte: CIRVE Conegliano, 2021 - Valoritalia, 2021

4 – LA REAZIONE ALLA CRISI

Il successo della Denominazione nel difendere la sua posizione nel corso del 2020, in certi casi anche migliorando il posizionamento, è stato il risultato di un insieme complesso ed efficace di azioni volte sia a modificare la strategia distributiva (Figura 6) sia a rinnovare le attività di comunicazione e promozione (Figura 7).

Relativamente alle strategie distributive quasi due terzi delle imprese imbottigliatrici hanno incrementato la vendita a privati con modalità tradizionale (ordini telefonici o via posta elettronica) e hanno ceduto prodotto ad altri operatori meglio attrezzati per l'approvvigionamento delle centrali di acquisto che, come già segnalato, hanno fortemente incrementato gli acquisti nel 2020. Più della metà delle aziende hanno però cercato nuovi contatti nei canali commerciali, verosimilmente impiantando nuove relazioni con le piattaforme di acquisto o con quei grossisti e distributori che nel 2020 sono stati in grado di espandere la propria attività. La maggior parte delle aziende ha poi incrementato le vendite via e-commerce, con piattaforma propria o di terzi.

(fig. 6) → **Case spumantistiche DOCG: azioni messe in atto per fronteggiare gli effetti della crisi sanitaria nel 2020***
CANALI DI VENDITA

Incremento delle vendite a privati con consegna a domicilio con contatti via telefono o posta elettronica	63,3 %
Aumento cessione di prodotto a altri produttori	63,3 %
Ricerca di nuovi sbocchi nei canali commerciali	56,7 %
Incremento delle vendite a privati tramite propria piattaforma di e-commerce	32,5 %
Incremento delle vendite a privati tramite piattaforma di e-commerce di terzi	25,8 %
Altro	1,7 %

*Dato provvisorio Fonte: CIRVE Conegliano, 2021 Quota su numero aziende (%)

(fig. 7) → **Case spumantistiche DOCG: azioni messe in atto per fronteggiare gli effetti della crisi sanitaria nel 2020***
ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

Intensificazione dell'offerta enoturistica nei mesi estivi	32,5 %
Seminari e eventi on-line B2B con degustazioni (vino inviato in anticipo)	24,8 %
Seminari e eventi on-line B2B senza degustazioni	23,9 %
Seminari e eventi on-line B2C con degustazioni (vino inviato in anticipo)	16,2 %
Seminari e eventi on-line B2C senza degustazioni	13,7 %
Altro	5,1 %

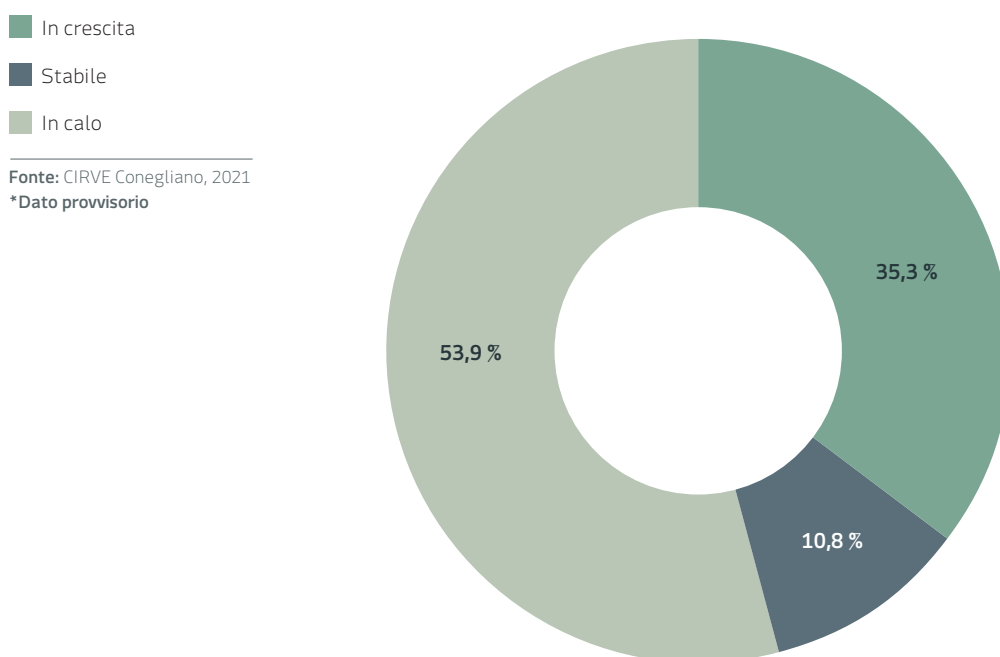
*Dato provvisorio Fonte: CIRVE Conegliano, 2021 Quota su numero aziende (%)

Sul piano della comunicazione e promozione è interessante notare che, in vista dell'atteso allentamento delle misure restrittive nel corso dell'estate, un terzo delle imprese si è impegnato per intensificare l'offerta enoturistica nei mesi estivi, e ciò ha effettivamente avuto un riscontro perché il 35% delle imprese hanno registrato, nei mesi estivi, un aumento del numero dei visitatori (Figura 8). Quasi la metà delle imprese ha organizzato eventi online destinati a distributori e altri operatori professionali (B2B), con o senza degustazioni contestuale del vino inviato in anticipo, mentre più contenuta è stata la quota delle imprese che hanno organizzato eventi online con i consumatori (B2C).

L'esperienza del 2020 ha indotto a modificare le strategie di relazione con il mercato anche per il 2021 (Figura 9). A fronte di numerose evidenze ed esperienze che la pandemia non ha diminuito l'interesse del pubblico per l'enoturismo, che anzi è diventato anche più solido, quasi i quattro quinti delle imprese sono state indotte a potenziare e diversificare l'offerta enoturistica in vista della prossima primavera/estate.

Quasi la metà delle imprese intende incrementare le vendite a privati, via e-commerce e con contatti diretti (posta elettronica e telefono), e circa un terzo intende impegnarsi per diversificare le vendite nell'ambito dei canali commerciali tradizionali.

(fig. 8) → **Case spumantistiche DOCG: variazione % del numero dei visitatori nel periodo Giugno–Settembre 2020 rispetto a Giugno–Settembre 2019***



(fig. 9) → **Case spumantistiche DOCG: azioni che si intendono mettere in atto nel 2021 data l'esperienza maturata nel 2020* e il perdurare della crisi sanitaria nel 2021**

Potenziamento e diversificazione dell'offerta enoturistica per la primavera/estate	78,8 %
Incremento delle vendite a privati con varie modalità	48,3 %
Potenziamento e perfezionamento della promozione on-line verso Trade/Comunicatori e Consumatori senza degustazione	47,5 %
Potenziamento e perfezionamento della promozione on-line verso Trade/Comunicatori e Consumatori con degustazione	35,6 %
Diversificazione delle vendite a terzi	30,5 %

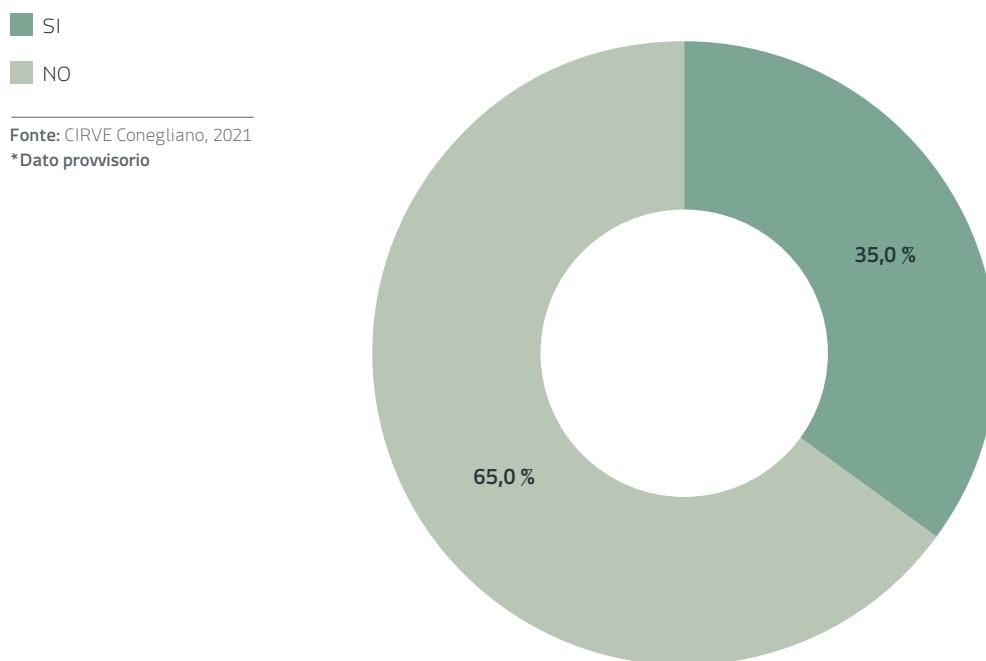
*Dato provvisorio Fonte: CIRVE Conegliano, 2021

Quota su numero aziende (%)

La promozione online risulta inoltre una modalità stabilmente acquisita dalle imprese: quasi la metà intende potenziare e perfezionare gli eventi senza degustazione e un terzo con degustazione. La valorizzazione del canale on line ha indotto un terzo delle imprese a programmare nel breve termine investimenti sul sistema informativi aziendale (Figura 10). In un terzo dei casi questi investimenti sono destinati a un potenziamento della dotazione hardware e software (Figura 11).

Il ruolo strategico che le tecnologie digitali hanno giocato per superare la sfida determinata dalle conseguenze sui mercati dell'epidemia Covid-19 hanno però indotto numerose imprese a intraprendere investimenti digitali più specializzati, che spaziano da quelli a supporto del controllo di gestione e del lavoro a distanza, a quelli di digitalizzazione delle procedure di controllo dei processi produttivi in vigneto e in cantina, per giungere ad applicazioni più sofisticate tipo CRM (gestione delle relazioni con i clienti) o ERP (pianificazione delle risorse d'impresa).

(fig. 10) → **Case spumantistiche DOCG: programmazione d'investimenti a breve termine nel sistema informativo aziendale**
(quota su numero aziende) – 2020*



(fig. 11) → **Case spumantistiche DOCG: obiettivi di programmazione d'investimenti a breve termine nel sistema informativo aziendale, 2020***

Potenziare in generale la dotazione hardware e software	32,5 %								
Rinnovare e potenziare il sistema di gestione amministrativa: possibilità di controllo anche attraverso una contabilità analitica	17,1 %								
Smart working	16,3 %								
Digitalizzazione a supporto delle operazioni in cantina	13,8 %								
Adottare sistemi evoluti di gestione delle relazioni con la clientela tipo CRM*	12,2 %								
Digitalizzazione a supporto delle operazioni in vigneto	7,3 %								
Adottare sistemi evoluti di pianificazione e gestione delle diverse operazioni aziendali tipo ERP*	6,5 %								

*Dato provvisorio Fonte: CIRVE Conegliano, 2021

Quota su numero aziende (%)

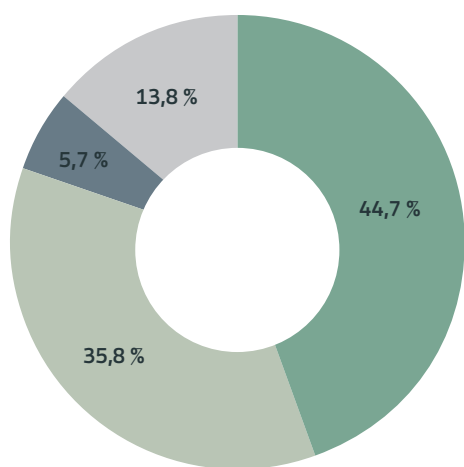
Le imprese della Denominazione si rivelano quindi piuttosto attive nell'attrezzarsi per affrontare un anno che si spera apra a prospettive positive. Questo anche se le aspettative per il 2021 appaiono molto diverse e meno della metà delle imprese si attende una crescita delle vendite, sia in Italia che all'estero e importante è la quota di quelle che non hanno un'aspettativa, laddove le maggiori incognite riguardano l'export (Figure 12 e 13).

Relativamente ai singoli mercati esteri, le maggiori attese sono per quello degli Stati Uniti, mentre minori risultano quelle per la Germania, nonostante la performance positiva nel 2020 (Figura 14).

(fig. 12) → **Case spumantistiche DOCG: aspettativa aziendale sulla variazione delle vendite in valore nel mercato italiano nel 2020***
(quota su numero aziende)

- Riduzione o stabilità
- Crescita moderata (inferiore al 5%)
- Crescita robusta (maggiore del 5%)
- Non ho un'aspettativa

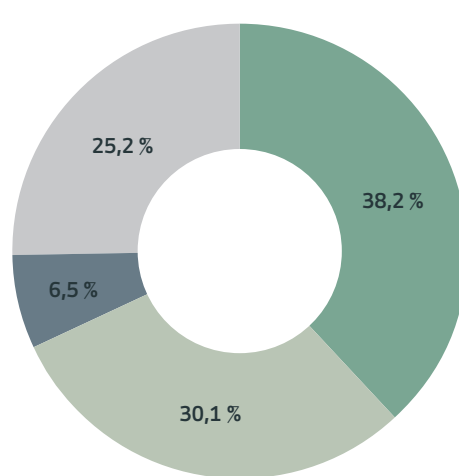
Fonte: CIRVE Conegliano, 2021 *Dato provvisorio



(fig. 13) → **Case spumantistiche DOCG: aspettativa aziendale sulla variazione delle Vostre vendite in valore nei mercati esteri nel 2021***
(quota su numero aziende)

- Riduzione o stabilità
- Crescita moderata (inferiore al 5%)
- Crescita robusta (maggiore del 5%)
- Non ho un'aspettativa

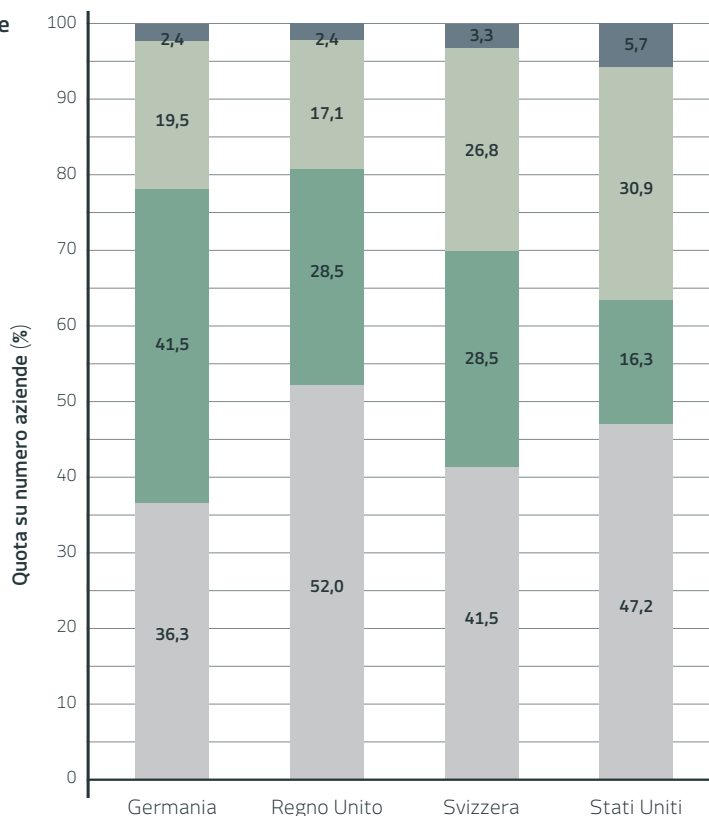
Fonte: CIRVE Conegliano, 2021 *Dato provvisorio



(fig. 14) → **Case spumantistiche DOCG: aspettativa aziendale sulla variazione delle vendite in valore nei principali mercati esteri nel 2021***
(quota su numero aziende)

- Crescita robusta (maggiore del 5%)
- Crescita moderata (inferiore al 5%)
- Riduzione o stabilità
- Non ho un'aspettativa

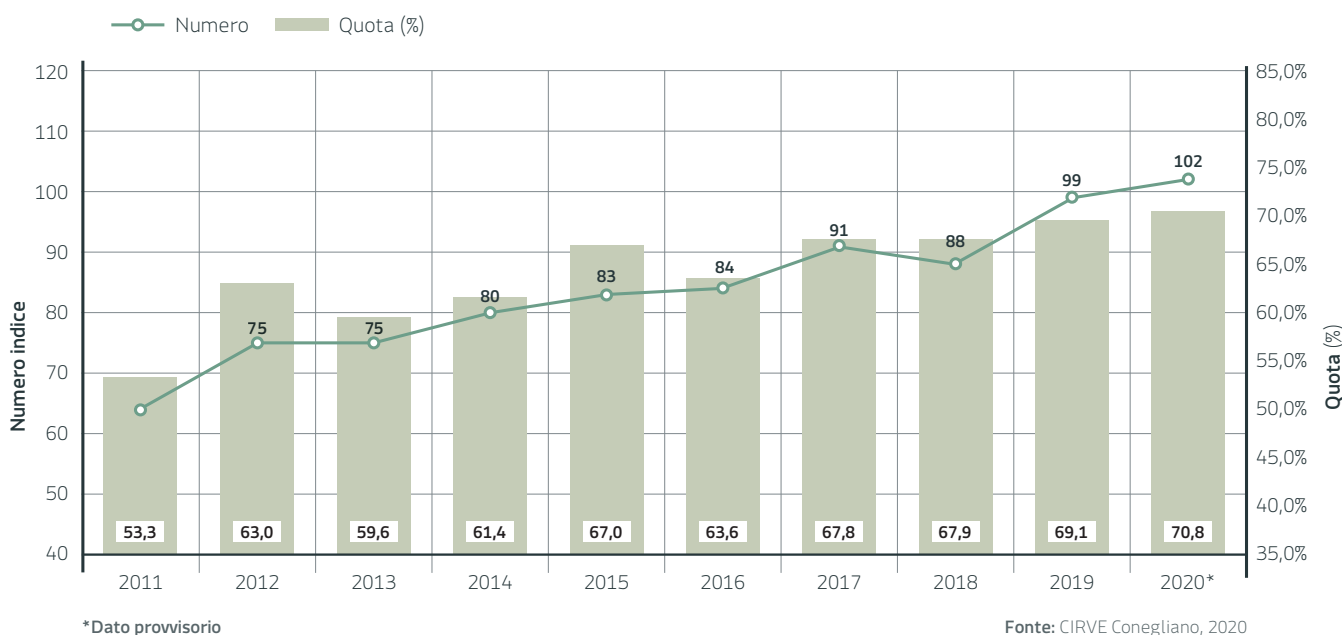
Fonte: CIRVE Conegliano, 2021
*Dato provvisorio



5 – TRANSIZIONE ECOLOGICA E SOSTENIBILITÀ SOCIALE

Anche nel 2020 è proseguita la crescita degli investimenti delle case spumantistiche in installazioni e tecnologie, volte a far evolvere la produzione spumantistica della Denominazione verso un livello più elevato di autosufficienza energetica da fonti rinnovabili (Figura 15).

(fig. 15) → **Case spumantistiche DOCG: utilizzo di fonti energetiche rinnovabili, 2011-2020***



Nell'ambito degli investimenti nelle soluzioni dell'economia circolare delle imprese, l'esame dei risultati registra un ulteriore progresso nell'utilizzo di pratiche d'imbottigliamento e confezionamento eco-sostenibili (Tabella 6). Si può osservare come la metà della produzione del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG viene commercializzata in bottiglie di vetro alleggerito o derivate da vetro riciclato (+9% sul 2019) e il 21% utilizza etichette ultrasottili, prodotte con materiali eco-sostenibili, il 30% è confezionato in imballaggi biodegradabili più leggeri o meno ingombranti (+3% sul 2019).

(tab. 6) → **Case spumantistiche DOCG: pratiche d'imbottigliamento e confezionamento eco-sostenibili della produzione, 2016-2020***

ANNO	Bottiglie	Chiusure	Etichette	Imballaggio	Quota su produzione DOCG (%)				
2016	32,9	18,2	16,1	23,7					
2017	36,9	19,2	20,8	26,6					
2018	34,6	8,0	16,6	32,9					
2019	41,1	8,6	15,8	27,1					
2020	50,1	7,2	20,6	29,8					
Var. % 2019/2020	8,9	-1,4	4,8	2,7					
Var. % 2016/2020	17,1	-11,1	4,6	6,1					

**Dato provvisorio

Fonte: CIRVE Conegliano, 2021

Dallo studio dell'impegno delle imprese DOCG nei campi della sostenibilità sociale si conferma come anche nel 2020 esse pongano in essere, da quelle di minori dimensioni a quelle di maggiori dimensioni, un'ampia gamma di azioni (Figura 16).

In particolare, si rileva come un numero crescente d'impresе promuovano il miglioramento della qualità dei luoghi di lavoro (78% circa dei casi) e l'organizzazione di incontri tecnici con i conferenti per migliorare la qualità delle materie prime (62%). In crescita pure, rispetto al 2019, l'apporto alla comunità locale di benefici diretti e indiretti, attraverso azioni culturali, sportive e solidaristiche nel territorio, non che le iniziative di solidarietà e formazione svolte a livello internazionale (es. Paesi in via di Sviluppo, ecc.).

(fig. 16) → **Case spumantistiche DOCG: impegno in attività di sostenibilità sociale, 2019-2020***

	2019	2020
Miglioramento della qualità dei luoghi di lavoro	72,6 %	78,0 %
Incontri tecnici per migliorare la qualità delle materie prime	60,3 %	61,8 %
Iniziative culturali, sportive nel territorio	52,1 %	52,8 %
Comunicazione di messaggi volti a sensibilizzare un consumo sostenibile e a basso impatto ambientale	33,6 %	48,8 %
Iniziative solidaristiche nel territorio	47,9 %	48,0 %
Adozione di un codice etico interno con o senza certificazione	28,1 %	37,4 %
Iniziative di solidarietà e formazione in Paesi in via di sviluppo	11,0 %	15,4 %

Quota su numero aziende (in %)

*Dato provvisorio

Fonte: CIRVE Conegliano, 2021

Considerazioni di Sintesi

L'analisi complessiva dei dati di mercato più rilevanti per l'anno 2020 restituisce un quadro che caratterizza la Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco come un Distretto, ossia come una comunità di produttori coesa, diversificata al suo interno ed efficacemente in relazione con l'esterno, che è stata capace di affrontare e superare con successo le sfide poste dall'emergenza sanitaria. Importante notare, tuttavia, che durante il 2020 la Denominazione non è stata capace solo di resistenza ma anche di resilienza, ossia di capacità di reagire alla crisi riorganizzando i propri processi e relazioni, imparando quindi dall'esperienza della crisi e cercando nell'innovazione nuove soluzioni.

Questo è certamente il risultato di uno sviluppo nel tempo di questa comunità di produttori - che opera nelle condizioni difficili, in certi casi eroiche, che caratterizzano i terroir straordinari presenti nel territorio della Denominazione - che non si è basato esclusivamente sullo sfruttamento di fortunate occasioni di mercato, ma si è caratterizzato per una lungimiranza che ha portato a mettere in campo investimenti importanti in risorse umane. Queste hanno consentito alla Denominazione di evolvere in modo coerente con le attese della società, perfezionando nel tempo tecniche produttive e processi di marketing in una prospettiva di piena sostenibilità, che nei mesi scorsi sono state essenziali nel reagire alle nuove straordinarie circostanze.

I produttori della Denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco hanno potuto sfruttare il dinamismo commerciale già sviluppato in passato, consentendo loro di esplorare tutte le opportunità nel mercato nazionale e nei mercati esteri, alla ricerca delle destinazioni che in mesi difficili potessero garantire il riconoscimento del valore del prodotto.

La Denominazione grazie alle sue strutture produttive, competenze, relazioni commerciali ha dunque superato nel suo insieme con successo quella che ci si può augurare sia stata per i mercati la fase più critica dello shock dovuto alla pandemia, anche se purtroppo, come già osservato, molte imprese individualmente hanno subito perdite anche notevoli. La Denominazione, comunque, appare pronta a cogliere le opportunità che si potranno presentare nei prossimi mesi, qualora si realizzino le prospettive di crescita macroeconomica che le più qualificate istituzioni finanziarie prevedono per i prossimi mesi; queste, peraltro, potrebbero essere particolarmente marcate sul piano dei consumi di vini di pregio in mercati importanti per la Denominazione come Regno Unito e Stati Uniti, grazie ai progressi vaccinali già conseguiti.

L'attuale crisi pandemica, così come quelle conseguenti agli attacchi terroristici del 2001 e successivamente di natura finanziaria del 2008 e 2012 hanno mostrato che il vino è un prodotto ben radicato nella vita di tante persone, nei Paesi tradizionali consumatori e nei Paesi nuovi consumatori; questo radicamento tiene viva, anche in tempi difficili, la domanda di un prodotto che contribuisce al loro benessere. È ragionevole però immaginare che quanto avvenuto nel 2020 in termini di struttura dei flussi dalla produzione al consumo non passerà senza lasciare traccia.



Se l'adattamento alla crisi ha imposto agli operatori all'offerta riorganizzazioni delle strategie distributive e quindi modelli di business in parte nuovi, la nuova situazione ha fatto scoprire ai consumatori nuove opportunità di acquisto e consumo. Di questo si dovrà tenere conto nei prossimi mesi per porre le basi del futuro sviluppo della Denominazione.

Come avvenuto in passato, la domanda sarà ancora più selettiva e prodotti come il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG potranno contribuire validamente nei prossimi mesi alla definizione di un rinnovato assetto del mercato del vino. Si dovrà fare leva sui valori distintivi della Denominazione, impegnandosi ulteriormente per raggiungere incrementi di pregio e maggiore livelli di sostenibilità. Un ruolo importante in questa prospettiva potrà essere certamente giocato dalla tipologia Rive, che nel 2020 ha visto crescere la presenza nel mercato. Per la sua particolare associazione con aree di produzione ristrette e caratterizzate, può rappresentare in modo paradigmatico l'eccellenza della Denominazione e i valori ambientali riconosciuti dall'UNESCO alle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene, rafforzando in modo definitivo la sintonia della Denominazione con quegli ampi settori della società caratterizzati da crescenti esigenze di autenticità e di rispetto della natura e delle persone.

La drammatica esperienza del 2020 ha determinato tuttavia uno stimolo per i produttori di vino a livello globale a rinnovare i propri processi e ha fatto crescere la sensibilità del pubblico per i temi ambientali. Per mantenere nel tempo la posizione efficacemente difesa nel 2020 la Denominazione dovrà per tanto affrontare con determinazione la doppia sfida della transizione ecologica e digitale che le emergenze ambientali e le opportunità dell'innovazione tecnologica pongono ai sistemi produttivi. Così collocandosi pienamente nella prospettiva indicata dalla proposta di Riforma della Politica Agricola Comunitaria e dalla strategia dell'*European Green Deal* con le sue iniziative collegate note come la strategia dal produttore al consumatore (*Farm to Fork Strategy*) e *La nuova strategia industriale europea*.

La doppia sfida della transizione ecologica e digitale è essenzialmente una sfida sull'innovazione, da affrontare in modo proattivo nella consapevolezza che la responsabilità dell'individuazione degli itinerari e delle opportunità d'innovazione ricade anche sugli utilizzatori delle innovazioni stesse⁽¹⁾. Questi, infatti, devono essere attori protagonisti di processi che saranno tanto più efficienti ed efficaci quanto più animati dal basso, secondo modelli bottom-up basati sull'interazione di tutti gli attori dei processi d'innovazione, con un processo inclusivo che riporti alla piena economicità anche quei soggetti che più sono stati colpiti dalla crisi del 2020.

(1) Si rimanda a questo proposito al contributo "Innovare per reagire alla crisi: digitalizzazione, sostenibilità, collaborazione di canale" nel Rapporto Economico 2020 (<https://www.prosecco.it/wp-content/uploads/2020/12/Rapporto-Economico-2020.pdf>).

