Osservatorio del Vino: presentazione e attività

La mancanza di dati certi del settore, i numeri che variavano a seconda delle fonti, ufficiali e non, e dei metodi di rilevazione sono sempre stati per il vino italiano un grande punto di debolezza.

Fino a qualche anno fa, era letteralmente impossibile conoscere la superficie esatta del vigneto italiano e quindi il potenziale produttivo del nostro paese, così come sono stati molti gli anni in cui i numeri della vendemmia erano così tanto diversi tra i dati previsionali e quelli consuntivi diffusi dall'ISTAT, da creare non solo difficoltà agli operatori del settore, provocando scompensi e disorientamento a livello commerciale, ma anche mettendo in serio imbarazzo le istituzioni nazionali nei confronti della UE.

Una incertezza statistica dovuta sia alle difficoltà del sistema di rilevazione pubblico ma anche legata alla mancanza di un organismo ufficiale e rappresentativo di monitoraggio del mercato (sul fronte produttivo e commercial-distributivo) in grado di diffondere in modo organico e competente analisi aggregate delle statistiche ufficiali riguardanti il vino, monitorando le fonti interne e internazionali ma anche capace di raccogliere in autonomia dati dalle imprese.

Una lacuna che ha indubbiamente penalizzato in tutti questi anni il nostro settore - imprenditori ed aziende in primis - considerata l'estrema importanza assunta dalla conoscenza dei numeri di un comparto economico, delle statistiche produttive, delle dinamiche e dei trend del mercato sia per il decisore pubblico - politica e pubblica amministrazione - nonché per l'imprenditore e l'impresa che devono quotidianamente confrontarsi con un mercato vivo e pertanto in costante e continua evoluzione.

L'Osservatorio del Vino nasce, per iniziativa dell'Unione Italiana Vini, proprio in risposta alle esigenze espresse dalle imprese vitivinicole del nostro paese di colmare questo vuoto e offrire una risposta attendibile, capace di supportare le strategie di marketing delle aziende offrendo, sia alla politica che alla pubblica amministrazione, un quadro corretto del mercato necessario per poter operare scelte normative e di regolazione efficaci e adeguate alla realtà.

Un Osservatorio che istituzionalizza e rende organico il rapporto di collaborazione nato tra Unione Italiana Vini e ISMEA oltre vent'anni fa e che dalle previsioni vendemmiali si allarga a tutta la sfera produttiva e di mercato del vino italiano nelle sue segmentazioni geografiche, a livello interno e relativa ai diversi mercati internazionali, per tipologia di vino, per canale distributivo (Horeca, GDO, ristorazione, ecc.) impostando rilevazioni, analisi e commenti secondo le esigenze espresse dalle imprese del settore e dal mercato.

Una analisi che si allarga all'esplorazione delle strategie di marketing collegate alle evoluzioni del mercato proposte dal WINE management lab della SDA-Bocconi che ha maturato in questi anni una lunga e proficua esperienza nello studio e nelle analisi delle strategie di marketing del vino italiano che arricchirà di un prezioso valore aggiunto i numeri e le riflessioni che saranno divulgate attraverso il lavoro dell'Osservatorio.

Una struttura di analisi monitoraggio dei trend del vino italiano che si avvarrà anche, come partner tecnico, dei ricercatori del Wine Monitor di Nomisma che interverranno con alcune analisi di dettaglio che completeranno il lavoro svolto da tecnici dell'ISMEA.

Ambiti di analisi dell'Osservatorio

Gli ambiti di analisi dell'Osservatorio – che sarà coordinato da un Comitato Scientifico - prevederanno monitoraggi costanti del mondo produttivo e del mercato del vino italiano, integrando i dati ufficiali con rilevazioni ad hoc ed approfondimenti specifici.

Le fonti dell'Osservatorio saranno:

- Dati trasmessi delle aziende
- Fonti ufficiali (ISTAT, Agenzia delle Dogane, Commissione Europea, Eurostat, Monopoli di Stato OIV, ecc.)
- Fonti internazionali relative ai diversi paesi (Agenzie private di analisi quali Global Trade Atlas, Wine Intelligence, PWSR, ecc.)

Gli ambiti di ricerca invece saranno:

- Dati vendemmiali e di produzione del vino italiano
- Analisi dell'andamento dei prezzi all'origine (per tipologie, aree prodotto, ecc.)
- Analisi dell'andamento dei prezzi al consumo (per tipologie, aree geografiche, canali, ecc.)
- Analisi delle vendite mercato interno per canale, tipologia, area geografica
- Analisi dei mercati internazionali (singoli, aggregati, per tipologia, per canale ecc.)
- Survey sui consumatori di vino italiani e sulle abitudini di acquisto e consumo nel fuori-casa
- On Trade Tracking - Monitoraggio delle vendite di vino nell'on-trade italiano (riservato alle imprese vinicole)

Con due output:

1. Pubblico: con statistiche che verranno diffuse agli organi di informazione relative a dati aggregati dei principali trend di mercato:
2. Riservato: alle imprese associate all' Unione Italiana Vini aderenti all'Osservatorio che avranno modo di ricevere elaborazioni statistiche mirate a singoli prodotti e segmenti di mercato sulla base dei dati che verranno di volta in volta trasmessi dalle imprese stesse.

Un sistema articolato di rilevazione, elaborazione ed analisi che prende spunto da analoghe esperienze internazionali che stanno avendo successo rivelandosi strumenti estremamente importanti sia per la pubblica amministrazione che per il management delle imprese del vino

L'Osservatorio del Vino si pone al centro di tre universi distinti ma che, grazie ed attraverso l'OV, potranno lavorare in maniera sempre più sinergica e integrata favorendo il flusso e lo scambio reciproco di informazioni: il mondo imprenditoriale, rappresentato da UIV, il mondo della ricerca interpretato da ISMEA (e da Wine Monitor) il mondo accademico e della ricerca nel marketing testimoniato dal Wine Management Lab di SDA Bocconi. Soggetti leader nei rispettivi universi di riferimento che apporteranno contributi specifici all'attività dell'Osservatorio in grado pertanto di produrre un output di elevata professionalità e competenza finalizzato ai due obiettivi sopra evidenziati: pubblico-istituzionale da un lato, con la diffusione dei dati sul settore relativi ai vari prodotti, target, segmenti e mercati (interno e internazionale) del vino italiano; riservato, dall'altro, dedicato alle imprese partecipanti all'OV, con la somministrazione confidenziale di elaborazioni statistiche aggregate dei dati di mercato forniti dalle singole imprese.

Un quadro dove il pubblico e privato tornano a lavorare insieme consapevoli della necessità di un'integrazione di competenze e di funzioni che, quando si riesce a mettere "a sistema", come l'ultimo caso di Expo testimonia, è foriero solo di successi e grandi soddisfazioni.

Come sarà il lavoro dell'Osservatorio del Vino.