

Forum Montepaschi sul vino Italiano

Una ricchezza italiana
da valorizzare e promuovere.

In collaborazione con



Tendenze e prospettive della filiera vitivinicola



Siena, 24 novembre 2012

Indice

➤ Key points	pag. 4
➤ Contesto di riferimento	
✓ Un settore in salute?	pag. 8
✓ Le tendenze mondiali	pag. 10
✓ Le tendenze italiane	pag. 13
✓ L'export italiano: cosa segnala l'MPS Wine Index e l'Osservatorio MPS	pag. 17
✓ Il commercio internazionale e l'importanza degli sfusi	pag. 27
➤ I mercati di sbocco	
✓ Quattro mercati chiave ed il ruolo dell'Italia	pag. 33
✓ I nuovi mercati	pag. 38
➤ Indagine ISMEA sull'internazionalizzazione delle imprese	pag. 42

Key points

- **Il 2011 è stato l'anno dei record per il settore**, con gli scambi internazionali che hanno raggiunto i **100 Mln di ettolitri**. L'Italia si è mantenuta leader con una quota pari a quasi il **24% del commercio mondiale nel 2011**, ma il primo semestre del 2012 segna un incremento delle pressioni competitive per il Bel Paese, tanto che in termini di volumi di vino esportati potrebbe addirittura **materializzarsi il sorpasso della Spagna** ai danni dell'Italia.
- In tema di commercio internazionale gli ultimi anni, quelli della crisi economica, si caratterizzano per l'aumento degli scambi di **vino sfuso**. Ora i vini sfusi rappresentano quasi il **40% del totale** contro il **33% del 2006** ed il **36% del 2010**. In valore invece la quota, pur in discreta progressione, non supera il **12%**. Sembrano diversi i motivi dell'accresciuta domanda di sfuso, ma su tutti spicca la necessità di contenere i costi (trasporto, logistica ecc.).
- La campagna produttiva mondiale del 2012 si prospetta come una delle più scarse degli ultimi decenni. Secondo l'OIV la produzione mondiale di vino nell'anno in corso scenderà sotto i **250 Mln di hl**. Anche per **l'Italia ISMEA e UIV** stimano un minimo storico con una produzione che potrebbe attestarsi su volumi **inferiori ai 40 milioni di ettolitri**.
- Intanto, mentre i consumi mondiali mostrano una lenta ma tendenziale crescita, **il mercato interno sconta una riduzione strutturale dei consumi**. Se negli anni 70 ogni italiano beveva oltre **100 litri**, ora il consumo pro capite si attesta tra i **35 ed i 37 litri**. A livello congiunturale, peraltro, si registrano minori acquisti di vino in volume ma un aumento della relativa spesa. Sarà interessante vedere nei prossimi mesi cosa accadrà ai prezzi al consumo visto l'importante incremento registrato da Ismea nella fase alla produzione.
- Gli **aumenti dei prezzi all'origine**, che hanno caratterizzato anche la campagna scorsa, si sono fatti particolarmente significativi con l'inizio della vendemmia 2012, da agosto quindi, quando era ormai evidente che le disponibilità sarebbero state limitate. Gli incrementi più significativi, secondo ISMEA si sono avuti nel segmento dei **vini comuni, dove negli ultimi tre mesi si è superato il +40%**, mentre nel segmento dei vini DOP gli aumenti sono stati sì importanti ma non così accentuati.
- **L'export diviene quindi il principale driver della domanda**. Nel 2011 le esportazioni costituiscono oltre il **45% della produzione in valore**; ma se da un lato in **termini di quantità il 2012 potrebbe comportare un ritorno dei volumi sui livelli del 2010** (intorno ai **21,5 Mln di hl**), **la crescita in termini di valore non sembra arrestarsi** (4,4 Mld di euro nel 2011).

Key points

- Nel corso degli anni 2000 si assiste ad una ricomposizione dei mercati di sbocco. **A partire dal 2000 l'area Extra UE-27 diviene l'area più dinamica per le esportazioni italiane sia in valore che in quantità. L'Unione Europea, sebbene rimanga il primo mercato di sbocco** (51,8% la quota di volumi assorbiti dall'Unione secondo i dati disponibili a luglio 2012, vs il 48,2% extra UE), mostra **un andamento piuttosto costante nelle quantità esportate**, che tuttavia hanno raggiunto il loro picco nel 2011, evidenziando una certa dose di **“saturazione”** del mercato. **Le maggiori potenzialità in termini di valore e volumi si riscontrano fuori dell'Unione** ed anche il nostro campione di produttori intervistati si mostra conscio delle possibilità e altresì delle criticità da affrontare per raggiungere mercati nuovi o distanti. In particolare l'Osservatorio di Banca MPS (basato su questionari ed interviste somministrate dai colleghi specialisti dello staff agroalimentare ad un campione di aziende produttrici in proprio di vino, il 90% delle quali esportatrice) evidenzia le difficoltà che i produttori incontrano nel mantenere rapporti corretti e vantaggiosi con gli importatori a cui si rivolgono, i quali divengono la principale controparte per la penetrazione del nuovo mercato, spesso protetto.
- **L'export, è pertanto un mercato di sbocco essenziale**, nonostante non sia così semplice decidere dove, come e con quale partner. Il **dove** diventa una domanda fondamentale in un momento in cui il **40% delle importazioni mondiali è appannaggio di soli 3 Paesi**. Ma sempre più «Nuovi consumatori» si stanno affacciando al mercato del vino. Dopo Cina e Russia, infatti, ci si domanda quali siano questi mercati potenzialmente interessanti. **ISMEA** ha fatto quindi un'analisi dei dati derivanti da una specifica banca dati sul commercio con l'estero Gti proponendo 3 insiemi di Paesi «appetibili» per l'export. **Un gruppo importante è quello rappresentato dai Paesi dell'Est europeo, comunitari e non**, che negli ultimi cinque anni hanno incrementato notevolmente la propria domanda. A questi si affiancano i **Paesi sudamericani, come Brasile e Messico**, o quelli **dell'Estremo Oriente quali la Corea del Sud**. Certo i volumi sono ancora piuttosto limitati e solo in pochi casi superano il milione di ettolitri importati, ma i **tassi di crescita sono talvolta travolgenti**.

Key points

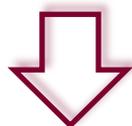
- **L'indice di pressione competitiva elaborato dalla Research di Banca MPS**, calcolato come **prezzo medio ponderato per le quantità esportate**, nei primi mesi del 2012, mostra un incremento delle quotazioni del nostro “vino sintetico” in controtendenza con il future **Liv-ex Fine Wine 100 Index**, il principale benchmark dell'industria mondiale del vino. **L'elevata correlazione tra i due indicatori continua ad essere confermata a partire dal secondo bimestre 2012** con il Live-ex Fine Wine che torna a rappresentare un buon anticipatore dell'indice MPS con un lag temporale di circa 3/6 mesi e che ci porta ad ipotizzare una **sostanziale oscillazione dei tassi di crescita dei prezzi dei vini italiani attorno agli attuali valori nel prossimo futuro**.
- Compatibilmente con una dinamica dei prezzi che dovrebbe mantenersi sugli attuali livelli, **le risposte dell'Osservatorio di Banca MPS evidenziano per il fatturato 2013 attese di risultati migliori rispetto all'anno precedente**; la dinamica positiva dovrebbe **essere trainata ancora dalle esportazioni**, segnalate in crescita per il prossimo anno da quasi l'82% del campione intervistato. La ripartizione delle risposte nei range da noi prescelti risulta tuttavia diversificata e sembra evidenziare **una certa prudenza**: la maggioranza dei rispondenti, infatti, ipotizza una crescita contenuta **entro il +5%** per l'export. Si noti come dai questionari emergano altre curiosità; una su tutte: intercettare il “gusto differente di consumo” di consumatori stranieri, **non sembra così essenziale per penetrare “altri” mercati**.
- Al di là delle possibili cause che hanno comportato una rottura della correlazione tra l'MPS Wine Index ed il Live Ex Fine wine 100 ad inizio 2012 (essenzialmente **fenomeni one-off** che hanno inciso sui costi fissi per i vini italiani – es. IVA, incremento prezzo carburanti – e fenomeni di **smobilitazione di portafoglio da parte dei principali istituti finanziari mondiali** che, alle prese con problemi di liquidità, hanno provveduto a liquidare anche le loro posizioni in derivati, contribuendo a raffreddare le quotazioni dei *fine wines* al livello globale - qualcuno ha addirittura evocato lo scoppio della “bolla” per i vini Bordeaux -), **l'andamento rialzista nelle quotazioni del nostro “vino sintetico”, assieme alla ricomposizione delle varie tipologie di vino sull'export italiano, che almeno nella prima parte del 2012 sembra indirizzarsi verso una maggior ricerca della qualità, segnalano un'importante inversione di tendenza**; in un mercato estremamente competitivo come quello del vino, la ricerca **del prezzo “equo” diventa essenziale e più importante della ricerca dei volumi**: “**solo il prezzo adeguato alla qualità risulta il driver per dare la giusta collocazione del vino italiano nel contesto internazionale**”. Un prezzo elevato non necessariamente corrisponde ad aumentate tensioni competitive se la qualità sottostante è evidente.

Key points

- Un prezzo di vendita più elevato **non deve semplicemente riflettere un incremento dei costi fissi all'origine** (compresi i costi burocratici), ma divenire **sinonimo di qualità**. Essenziale a tal fine risulta **l'investimento sulla diffusione del brand ed adeguate strategie di marketing** per educare i consumatori sulle reali qualità del vino italiano anche di fascia di prezzo inferiore. **I prossimi anni risulteranno decisivi per capire se e con quale decisione tale strada è stata intrapresa e quali siano le reali potenzialità in termini di margini**, oppure se l'incremento odierno dei prezzi ha riflettuto in gran parte l'aumento dei costi fissi intervenuto negli ultimi anni.
- **L'indagine ISMEA svolta nel giugno 2012 e focalizzata sull'internazionalizzazione delle imprese agroalimentari** evidenzia l'indiscutibile orientamento all'export delle imprese vitivinicole, rispetto a quelle dell'intero comparto agroalimentare: **il 70% delle imprese vitivinicole intervistate esporta contro il 35% del totale agroalimentare** (dati Panel ISMEA). Tra le imprese esportatrici, quelle con fatturato in crescita (2011 versus 2010) risultano essere il 23% per il comparto agroalimentare e il **43% per il solo settore vitivinicolo**, mentre quelle con fatturato in flessione il 12% per l'intero panel ed il 27% del settore vitivinicolo. Tra le imprese non esportatrici, invece, quelle in crescita rappresentano il 22% nell'aggregato del totale agroalimentare ed il 14% nel settore del vino; tra quelle con fatturato in flessione, il 43% appartengono al panel complessivo ed il 16% al settore del vino.
- L'orientamento all'export e il successo oltre confine dei vini italiani rispetto ai prodotti dell'intero comparto agroalimentare, emerge anche osservando i risultati relativi all'incidenza del fatturato estero tra i due aggregati, quello del totale agroalimentare e quello del settore vitivinicolo. **Tra le imprese che esportano, infatti, l'incidenza media del fatturato estero su quello totale si attesta al 37% per il settore del vino**, mentre risulta pari al 24% per l'intero panel.
- Dai risultati dell'indagine è emerso **che l'89% delle imprese esportatrici**, sia per l'intero panel, sia per le sole imprese vitivinicole, si avvale di **un solo canale di commercializzazione all'estero**, il resto, invece, utilizza una combinazione di soluzioni. Tra le modalità più utilizzate emerge **il ricorso a importatori/esportatori, soluzione scelta dal 76% delle imprese** del panel complessivo e dall'80% di quelle vitivinicole.
- Tra le imprese che non esportano le motivazioni maggiormente indicate come fattori di esclusivo orientamento al mercato interno ricadono: nella **dimensione troppo piccola per potersi permettere una struttura commerciale adeguata**; nella tendenza degli operatori ad accontentarsi dei risultati del mercato interno; nelle caratteristiche estrinseche del prodotto che lo rendono talmente particolare da non essere apprezzato sul mercato internazionale; nella mancanza delle certificazioni necessarie per poter esportare.

Siamo rimasti competitivi?

L'Italia nel 2011 è primo esportatore mondiale in volume:



23,5 Mln di hl le esportazioni italiane nel 2011



In un sistema dove i volumi stentano ad aumentare e si intensifica la concorrenza (come dimostra il probabile sorpasso spagnolo nel 2012) la difesa più efficace resta la **reputazione**

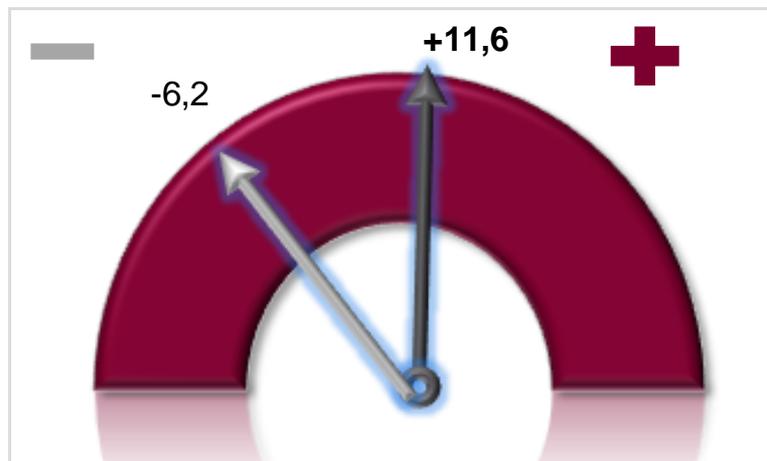
Ismea e l'Osservatorio di Banca MPS * evidenziano le **criticità del mercato domestico**:

- 1) **Crescita costi**
- 2) **Riduzioni consumi interni**
- 3) **Normativa**

* L'**Osservatorio della Rete BMPS** è il risultato di questionari e interviste con un centinaio di aziende produttrici, contattati dai colleghi specialisti operativi nelle strutture dedicate al comparto agroalimentare. Il campione è costituito prevalentemente da aziende agricole produttrici in proprio di vino; il 90% di esse è anche esportatrice di vino.

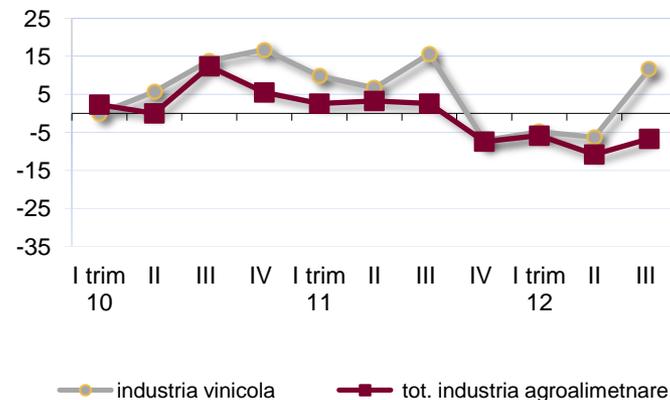
L'indice del clima di fiducia

Indice del clima di fiducia per l'industria vinicola



Legenda: freccia scura trimestre di riferimento; freccia chiara trimestre precedente
(max: 100, min: -100)

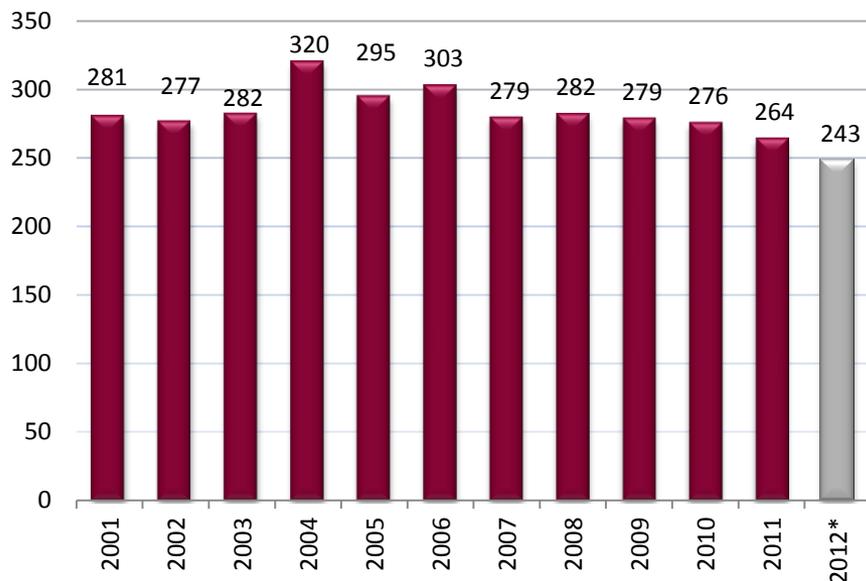
Dinamica dell'indice del clima di fiducia



- L'indice Ismea relativo al **clima di fiducia** dell'industria vinicola torna decisamente su terreno positivo, mentre lo stesso indicatore calcolato per il totale industria agroalimentare, pur migliorando, resta negativo. Del resto il buon momento di mercato non può che non infondere fiducia nel settore. L'export in valore cresce, le aspettative sulla produzione ormai si sono stabilizzate verso il basso, per cui ci potrebbero essere meno problematiche relative alle scorte.

La produzione mondiale di vino continua a calare

Evoluzione della produzione di vino (milioni hl)



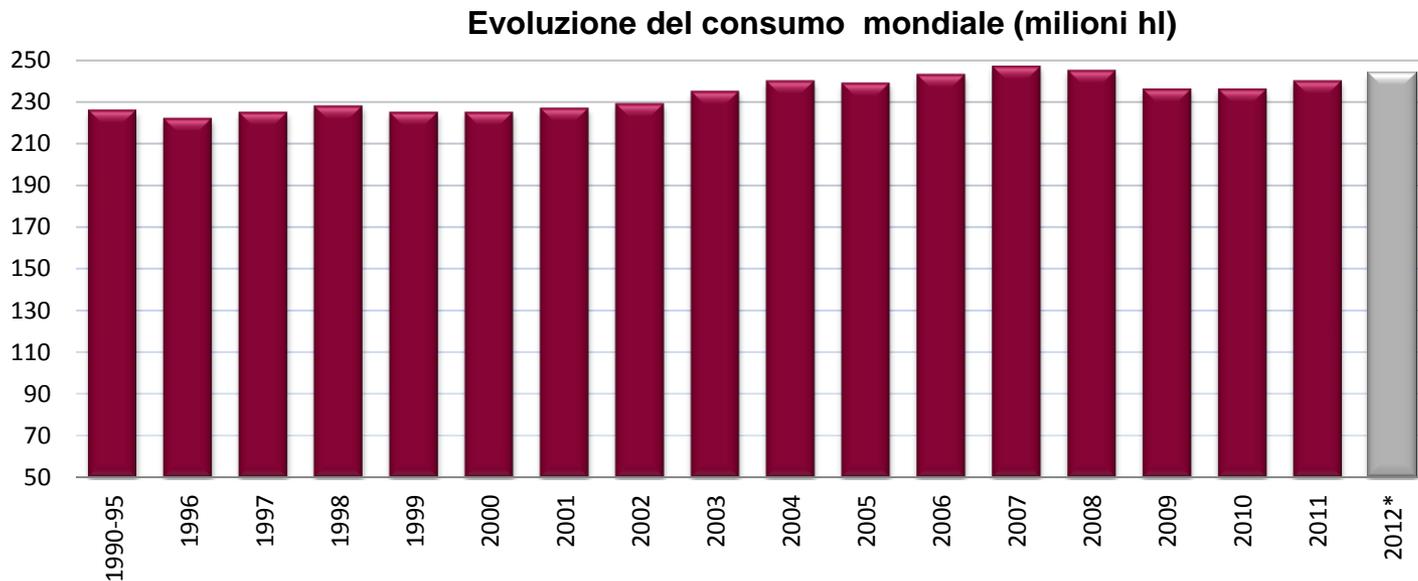
*stime; Fonte: elaborazione Ismea

➤ La produzione 2012 dell'Ue si stima in calo del 13% rispetto a quella dello scorso anno. Questo si aggiunge alla flessione del 3% già calcolata in primavera per la produzione dell'Emisfero Sud. Nel complesso quindi si potrebbe registrare un **-8%** della produzione mondiale.

I Principali Paesi Produttori di vino (.000 hl)

	2011	2012	Var.%
<i>Francia</i>	50.891	40.609	-20,2
<i>Italia*</i>	42.705	39.300	-8,0
<i>Spagna</i>	37.199	32.500	-12,6
<i>Stati Uniti</i>	19.187	20.550	7,1
<i>Cile</i>	10.464	12.554	20,0
<i>Australia</i>	11.352	11.806	4,0
<i>Argentina</i>	15.472	11.374	-26,5
<i>Sud Africa</i>	10.128	10.852	7,1
<i>Germania</i>	9.132	8.903	-2,5
<i>Portogallo</i>	5.610	5.857	4,4
<i>Romania</i>	4.213	4.059	-3,6
<i>Grecia</i>	2.750	3.250	18,2
<i>Austria</i>	2.756	2.001	-27,4
<i>Nuova Zelanda</i>	2.340	1.919	-18,0
<i>Ungheria</i>	2.750	1.874	-31,9
<i>Bulgaria</i>	1.098	923	-15,9
<i>Altri</i>	36.125	34.707	-3,9
Mondo	264.172	243.038	-8,0

...mentre il consumo, lentamente, aumenta

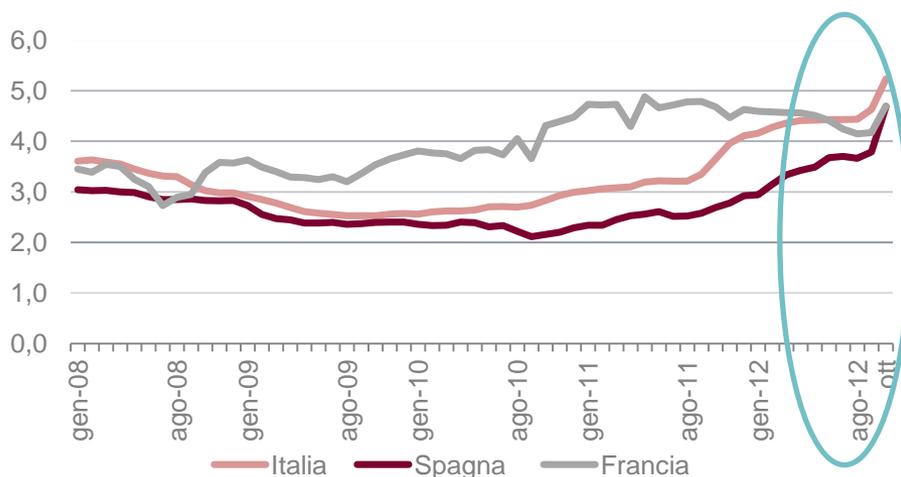


*Stima. Fonte: Oiv

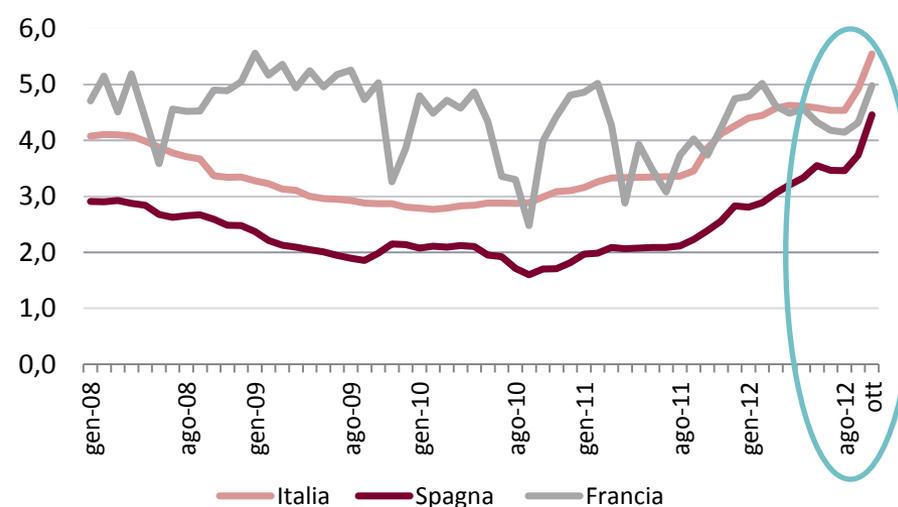
➤ Da stime OIV si evince come il consumo mondiale di vino sia in lento aumento, salvo alcune battute d'arresto congiunturali. Nel 2011 si è attestato a 240 milioni di ettolitri, mentre le stime per il 2012 indicano un livello di **242 milioni**. Sono sempre di più i paesi dove si consuma vino ma le dinamiche di consumo ed i gusti dei nuovi consumatori sono tutte da studiare.

Si tratta di condizioni che conducono alla crescita dei prezzi

Prezzi internazionali dei vini rossi comuni (€/ettogrado)



Prezzi internazionali dei vini bianchi comuni (€/ettogrado)

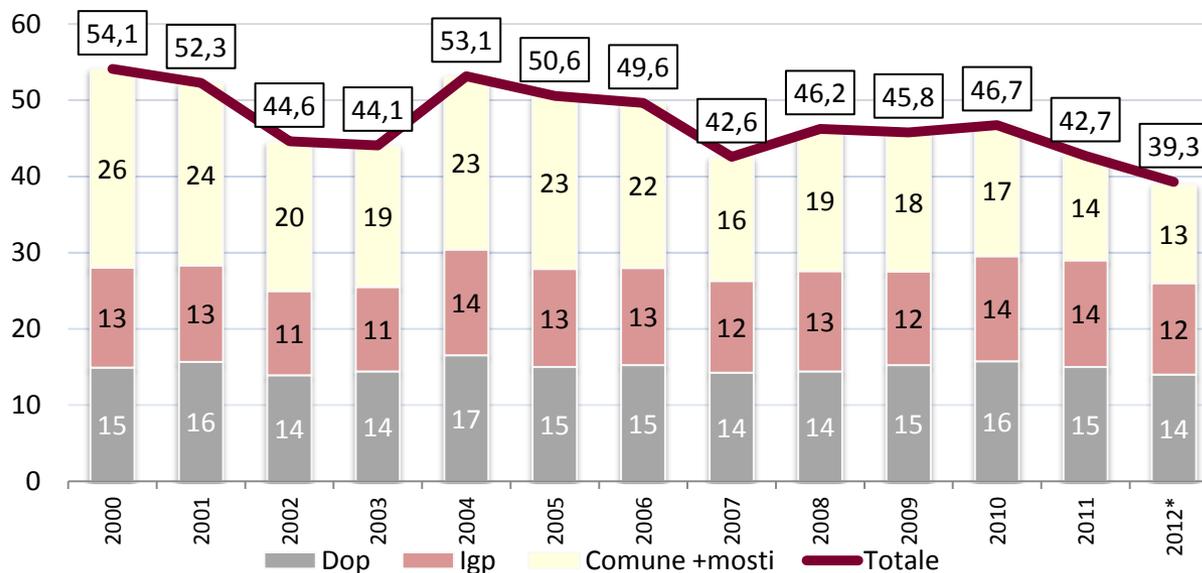


Fonte: Ismea

- I listini alla produzione sono aumentati non solo in Italia ma anche nei principali paesi competitor.
- Nei primi dieci mesi del 2012 in Spagna i listini medi sono cresciuti del 60% su base annua nei bianchi e del 41% nei rossi, con una notevole progressione proprio da agosto a ottobre.
- Più contenuta, e limitata al segmento dei bianchi, la crescita dei vini francesi (+16%). Ma già da ottobre anche i rossi hanno ripreso a crescere con decisione.

In Italia si seguono le tendenze solo in termini di produzione

Evolutione della produzione di vino in Italia (milioni hl)



*2012 Stima Ismea/Uiv. Fonte. Istat

- Nel 2012 la produzione è stata stimata in netto calo, -8% su base annua, e per la prima volta potrebbe scendere **sotto i 40 milioni di ettolitri**.
- Siccità e caldo sono i veri responsabili della mancanza di vino nelle cantine italiane. Sul fronte del calendario si è assistito, per lo più, ad un ritorno verso la normalità anche se non sono mancati gli anticipi, sicuramente meno significativi rispetto allo scorso anno.

...mentre i consumi si confermano in flessione

Valori medi unitari al consumo

	III trim 2012 €/litro	Var. % su III trim 2011
Vini e spumanti	2,97	6,1
- Vini	2,72	6,6
Doc-Docg	4,35	5,0
<i>bianchi</i>	4,50	4,6
<i>rossi</i>	4,27	5,1
Igt	2,83	7,3
<i>bianchi</i>	3,15	7,6
<i>rossi</i>	2,57	7,3
Comuni	1,46	8,9
-Spumanti	7,34	1,7
<i>Champagne</i>	39,10	0,7
<i>metodo classico</i>	15,59	1,9
<i>metodo charmant</i>	5,94	3,9

Fonte: Ismea su dati
Symphony/IRI

➤ Nei primi nove mesi del 2012, gli acquisti presso i format della **Distribuzione moderna** confermano la dinamica flessiva ormai consolidata.

➤ L'aumento, sebbene contenuto, della spesa può essere letto in chiave positiva perché i consumatori nonostante la crisi sembrano disposti a spendere anche un po' di più.

➤ La flessione degli acquisti in volume è risultata importante nel Centro (-4%) e nel Sud (-6%). Contenuta entro il -2% al Nord.

Dinamica degli acquisti domestici e della spesa per vini e spumanti - var.% gennaio-settembre 2012 su stesso periodo 2011

	Quantità	Valore	Valore unitario
Vini e spumanti	-2,9	1,9	4,9
- Vini	-3,0	2,1	5,3
Doc-Docg	-2,9	1,1	4,1
<i>bianche</i>	-3,0	1,0	4,1
<i>rosse</i>	-2,9	0,9	4,0
Igt	-4,1	2,7	7,0
<i>bianche</i>	-1,4	4,8	6,3
<i>rosse</i>	-6,8	0,4	7,8
Comuni	-3,0	3,3	6,5
-Spumanti	-0,5	0,3	0,8

Cosa accadrà ai prezzi al consumo con un mercato all'origine così al rialzo?

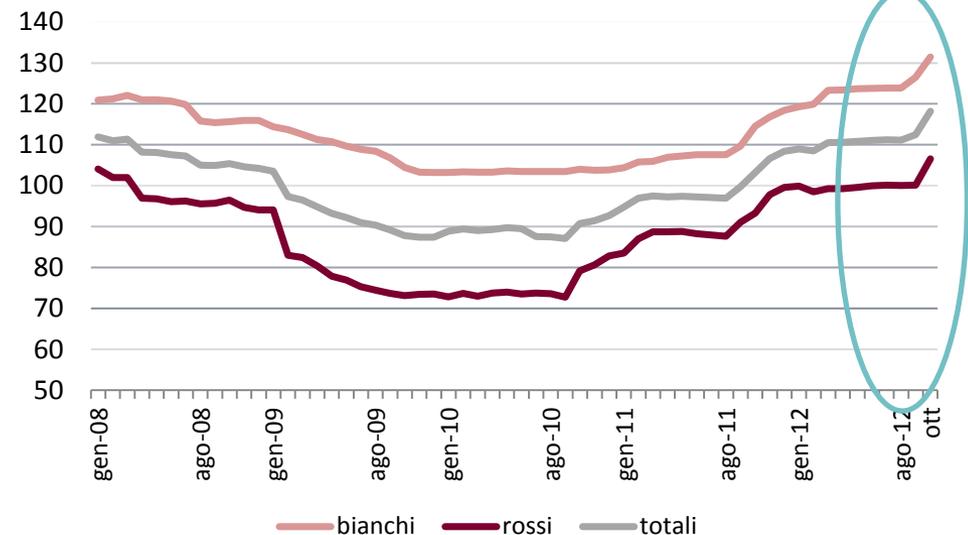
...ma tanto basta per far crescere i listini all'origine dei vini Dop...

Indice dei prezzi dei vini Doc-Docg: variazione su base annua

	Bianchi	Rossi	Totali
2008/2007	4,8	3,0	3,9
2009/2008	-8,3	-19,8	-13,9
2010/2009	-5,0	-3,7	-3,4
2011/2010	5,7	19,8	11,2
2012/2011*	15,0	13,4	13,8

*gen-ott

Dinamica dell'indice Ismea dei prezzi dei vini Dop
(base 2000= 100)

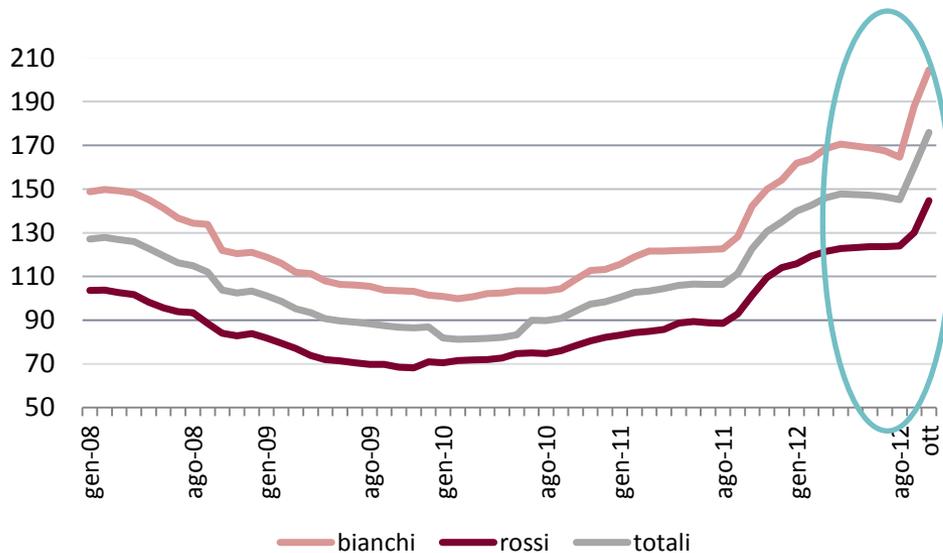


Fonte: Ismea

➤ **Incrementi a due cifre per i vini a denominazione**, sebbene in media siano meno consistenti di quelli registrati nel segmento dei vini comuni e Igp. Gli aumenti sono generalizzati per tutti i vini, salvo rare eccezioni.

...e dei vini comuni e Igp

Dinamica dell'indice Ismea dei prezzi dei vini comuni e Igp
(base 2000= 100)



Fonte: Ismea

Indice dei prezzi dei vini comuni e Igp: variazione su base annua

	Bianchi	Rossi	Totali
2008/2007	12,8	9,7	14,2
2009/2008	-21,0%	-22,9	-22,0
2010/2009	-3,1	3,1	-0,8
2011/2010	22,8	23,5	23,1
2012/2011*	39,6	40,6	40,1

*gen-ott. Fonte: Ismea

➤ Il 2012 sta segnando delle notevoli progressioni dei prezzi alla produzione sin dalle prime battute con un'accelerazione significativa proprio negli ultimi mesi. Da agosto ad ottobre, causa la flessione produttiva, **i listini medi sono saliti del 41%** rispetto allo stesso periodo dell'anno prima.

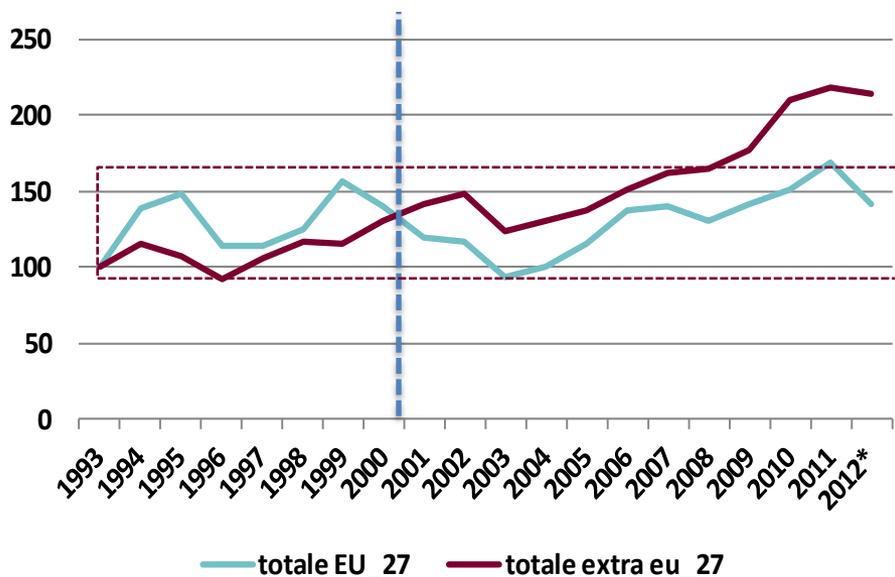
L'export è il driver della domanda ma mostra segnali di debolezza



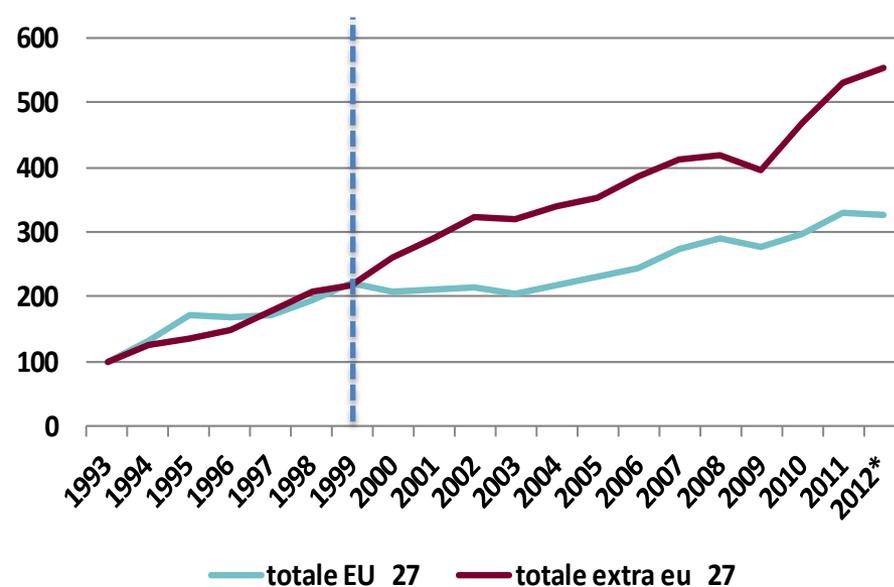
- Nel 2011 le esportazioni costituiscono **oltre il 45% della produzione in valore**.
- Tuttavia la crisi inizia a farsi sentire a livello globale ed il 2012 potrebbe comportare un ritorno dell'export italiano sui livelli **del 2010**.

Fuori dall'Europa le maggiori prospettive

Esportazioni di vino in volume



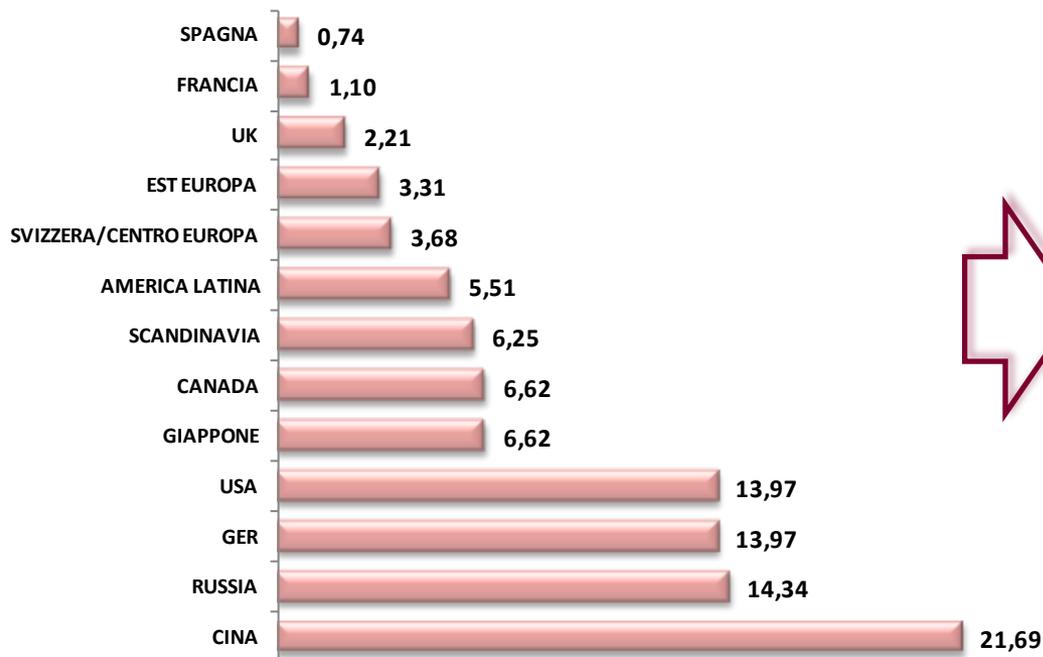
Esportazioni di vino in valore



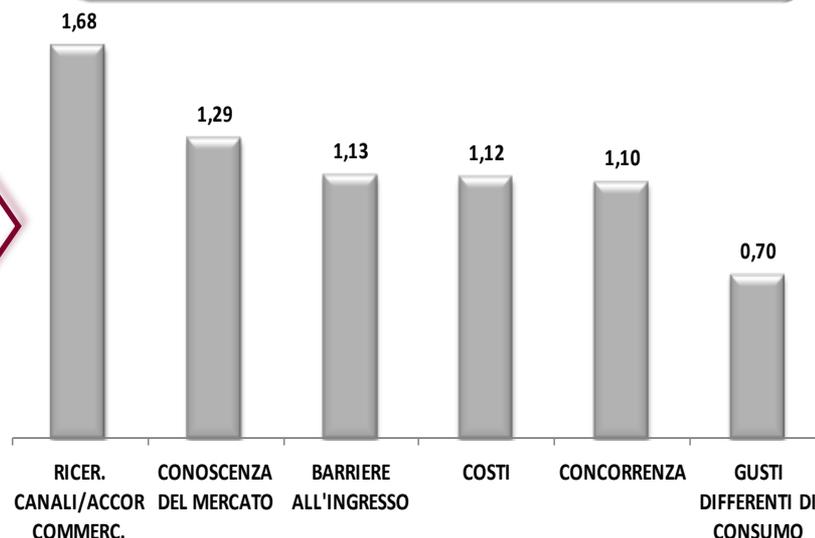
- Nel corso degli anni 2000 si assiste ad una ricomposizione dei mercati di sbocco. A partire dal 2000 l'area **Extra UE-27** diviene l'area più dinamica per le esportazioni italiane sia in valore che in quantità.
- L'Unione Europea, sebbene rimanga il **primo mercato di sbocco** (51,8% la quota di volumi assorbiti dall'Unione secondo i dati disponibili a luglio 2012, vs il 48,2% extra UE), evidenzia una certa dose di "saturazione" del mercato.
- Le maggiori potenzialità in termini di valore e volumi si riscontrano all'esterno dell'Unione.

...ed i produttori ne sono consapevoli

Quali mercati a maggiore potenzialità (% risposte)

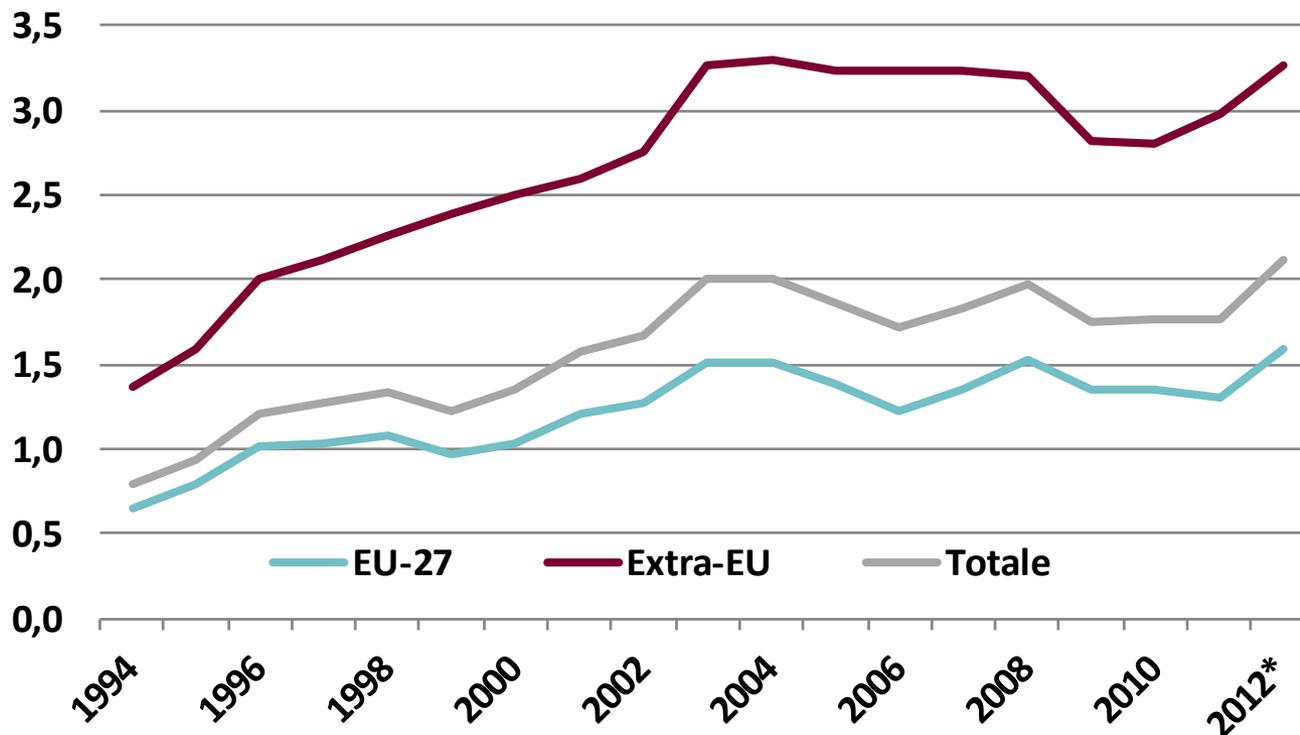


Criticità per l'accesso all'estero (da 0 a 3 punti)



- Anche quest'anno l'Osservatorio di Banca MPS conferma Cina e Russia tra i paesi a maggiore potenzialità tra quelli segnalati dalle aziende produttrici.
- Interessante come le risposte degli intervistati sfatino il mito del "gusto differente di consumo" come determinante essenziale da intercettare per penetrare nuovi mercati; le difficoltà principali sembrano concentrarsi nella creazione di rapporti corretti e vantaggiosi con gli importatori, i quali divengono la principale controparte per la penetrazione del mercato, spesso protetto.

.... ma il prezzo resta una variabile importante



- I prezzi medi unitari sono più elevati nei mercati extra UE ma molto più volatili, siamo in un mercato più concorrenziale, più difficile.
- La sostanziale stabilità della domanda europea per i vini italiani renderà i mercati extra UE-27 ancora più importanti nei prossimi anni.

... e si modifica la qualità esportata

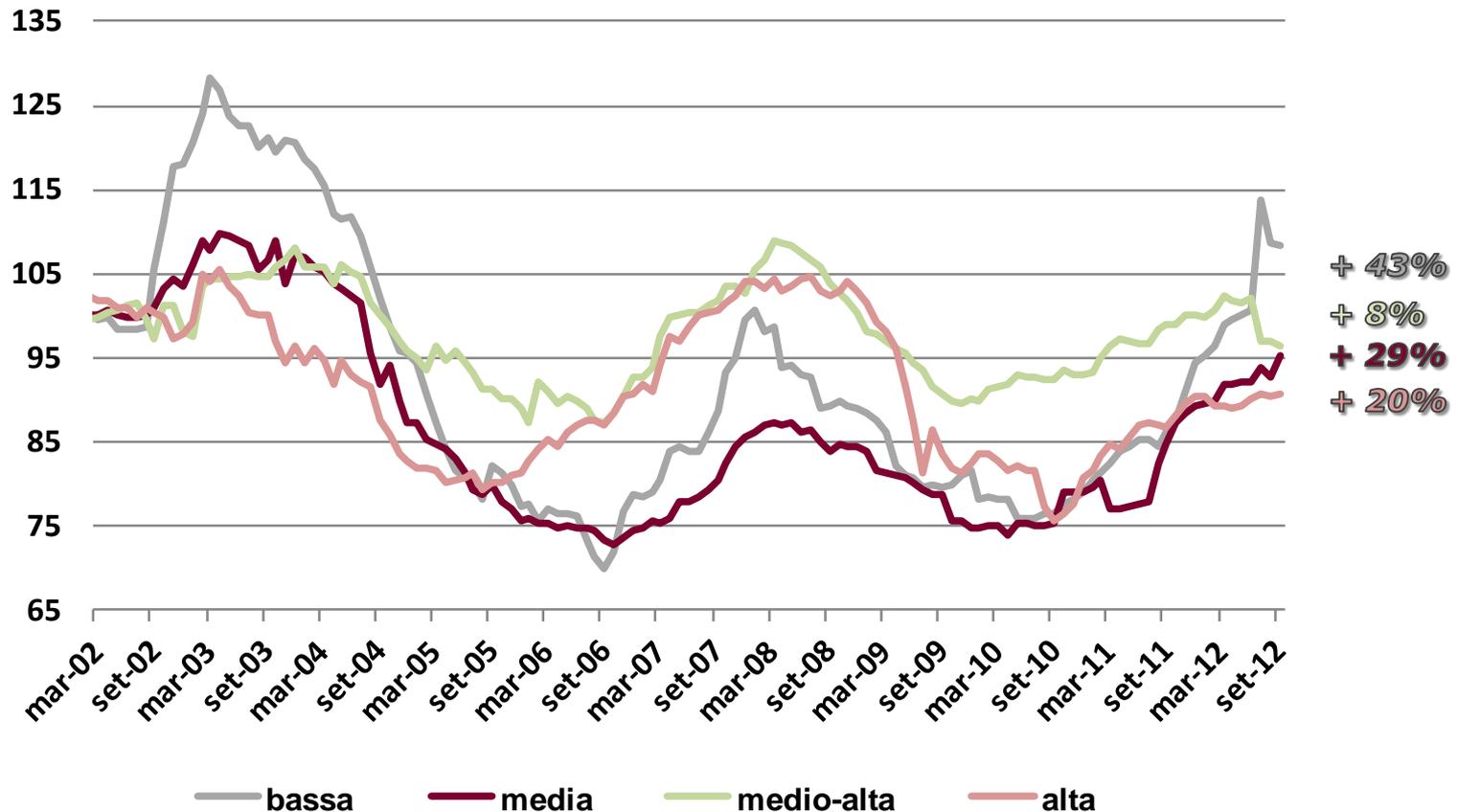
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Variazione quote 2003-2011	Quota 1H 2012
Vini da tavola *	52,3%	54,5%	59,1%	61,6%	60,0%	58,2%	60,8%	59,6%	60,0%	7,7%	57,2%
Vqprd	30,2%	29,1%	25,4%	24,1%	24,6%	24,6%	22,0%	23,2%	22,0%	-8,2%	26,2%
Frizzanti	8,4%	8,2%	7,9%	7,8%	8,3%	8,9%	9,1%	8,3%	8,5%	0,1%	8,8%
Spumanti	6,4%	5,7%	5,5%	5,3%	5,9%	7,4%	7,0%	7,6%	8,4%	2,0%	7,0%
Mosti	2,8%	2,4%	2,1%	1,1%	1,2%	0,9%	1,0%	1,3%	1,1%	-1,7%	0,8%

* Comprensivi di IGT

Elaborazioni Research BMPS su dati Ismea

- La necessità di rimanere competitivi ha generato nell'ultimo decennio **una ricomposizione della qualità offerta a favore di vini da tavola** rispetto ai vini a denominazione.
- Tuttavia i dati relativi al primo semestre 2012 indicano **una possibile inversione di tendenza con un ritorno della qualità sul vino che torna a predominare**: la quota (in volume) dei Vqprd sale infatti oltre il 26%, mentre quella dei vini da tavola si riduce di quasi il 3%.

I prezzi per fascia

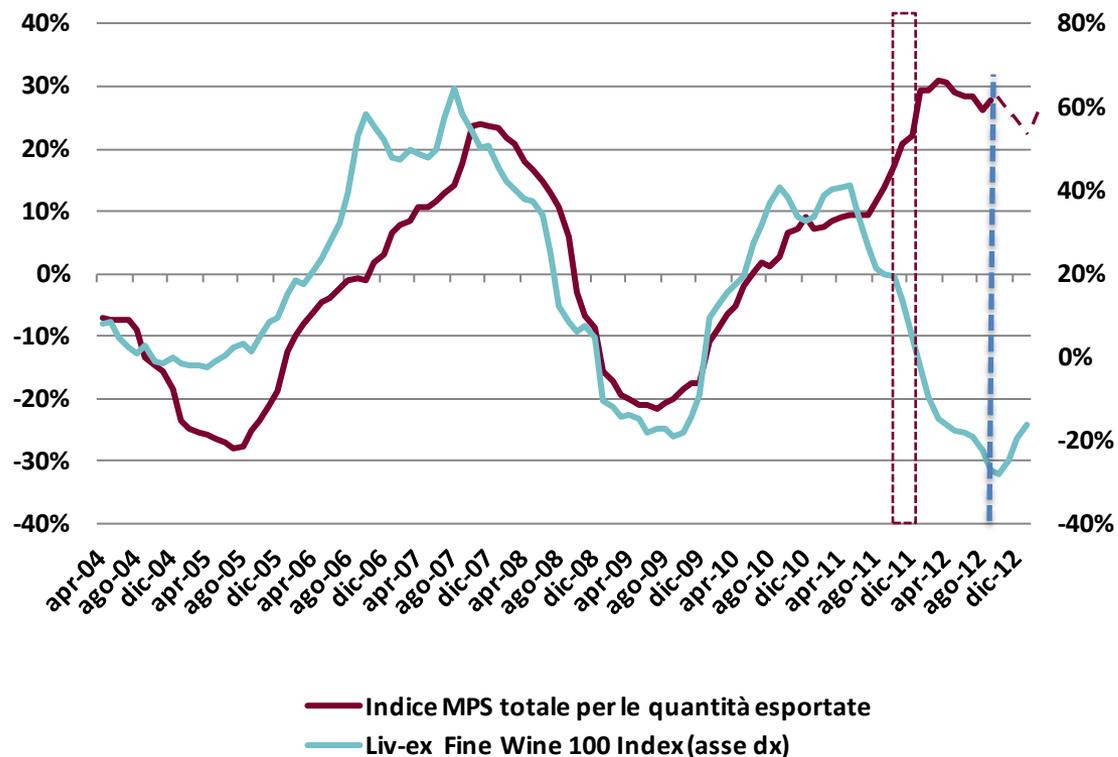


➤ A partire dalla metà del 2011 si assiste ad un incremento dei prezzi del vino per tutte le categorie, a causa dell'aumento dei costi fissi e delle difficoltà dell'offerta. Ma all'interno dei vini di qualità **quelli a fascia di prezzo medio bassa** risultano molto più sensibili alle oscillazioni delle principali variabili di mercato, mentre quelli a fascia medio alta, godendo verosimilmente di una chiara identificazione prezzo-qualità, hanno quotazioni meno volatili.

Indice di prezzo del vino: MPS Wine Index

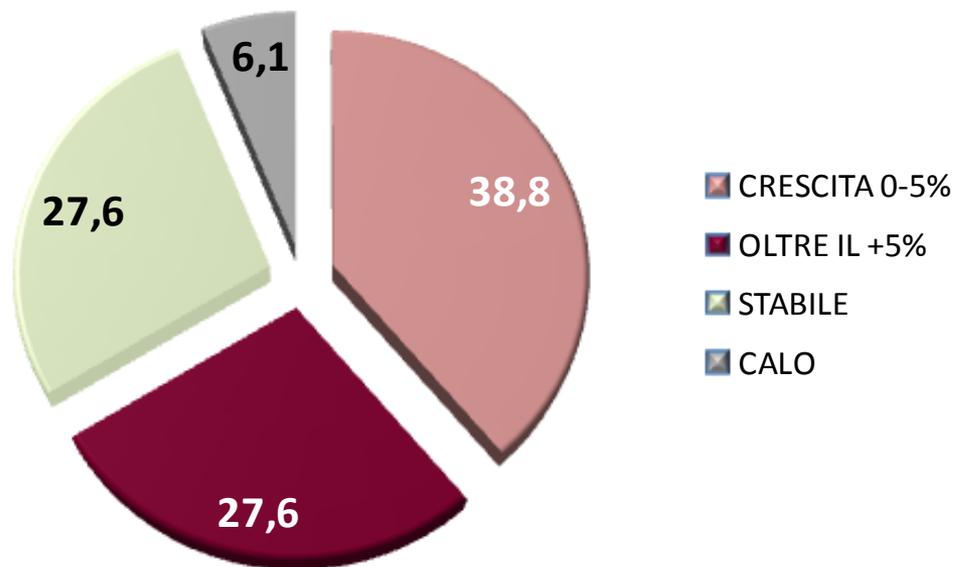
- L'indice di pressione competitiva elaborato dalla Research di Banca MPS, calcolato come prezzo medio ponderato per le quantità esportate, segnala un forte incremento dei prezzi alla produzione, con le quotazioni del nostro "vino sintetico" che hanno raggiunto livelli record. Interessante l'elevata correlazione che l'indice MPS mostra, fino alla fine del 2011, con il future Liv-ex Fine Wine 100 Index, il principale benchmark dell'industria mondiale del vino.
- Il Live-ex Fine Wine 100 (London International Vintners Exchange Index) indica la performance dei 100 vini più venduti al mondo (principalmente vini Bordeaux e altri pregiati) e tiene conto del valore e del volume di produzione oltre che della scarsità delle bottiglie. Il Liv-ex Fine Wine rappresenta anche un buon anticipatore dell'indice MPS con un lag temporale di circa 3/6 mesi.
- L'inizio del nuovo anno si è caratterizzato per una rottura della correlazione tra l'MPS Wine Index ed il Live-ex Fine wine 100 protrattasi per circa un trimestre e dovuta essenzialmente a fenomeni one-off che hanno inciso sui costi fissi per i vini italiani – es. IVA, incremento prezzo carburanti – e fenomeni di smobilitazione di portafoglio da parte dei principali istituti finanziari mondiali che, alle prese con problemi di liquidità, hanno provveduto a liquidare anche le loro posizioni in derivati, contribuendo a raffreddare le quotazioni dei *fine wines* al livello globale.
- A partire da marzo 2012, torna ad essere confermata l'elevata correlazione tra i due indicatori con la recente ripresa del future che suggerisce quotazioni sostenute per i prezzi dei vini italiani nei mesi a venire: i prezzi continueranno a crescere per i prossimi 3 mesi a ritmi compatibili con quelli recentemente sperimentati.

L'MPS Wine-Index ed il principale future del settore



E per il futuro cosa si attendono i produttori (1/2)

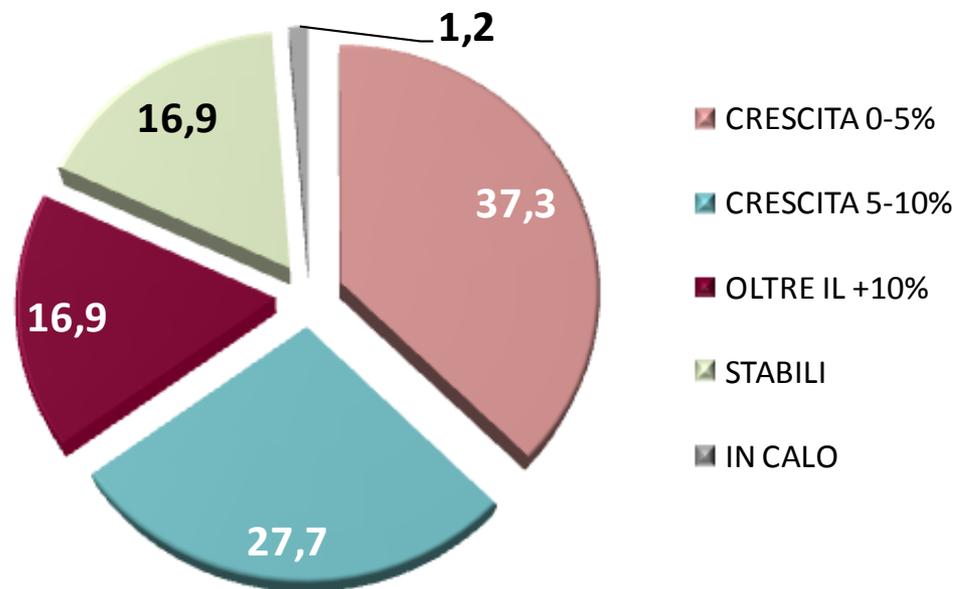
Attese su fatturato 2013 (% risposte)



➤ Relativamente alle prospettive per il 2013, le risposte del campione dell'Osservatorio di Banca MPS evidenziano, per il fatturato, **attese di risultati migliori rispetto all'anno precedente**. Gli operatori che prospettano un aumento delle vendite risultano **oltre il 66% del campione** (vs il 56% registrato l'anno passato), con il 27,6% che ipotizza (ma spesso si augura) una crescita superiore al 5%. **Non mancano, però, aziende che segnalano come l'eventuale aggravarsi della crisi economica e finanziaria possa sensibilmente ridurre le probabilità dell'avverarsi delle attese.**

E per il futuro cosa si attendono i produttori (2/2)

Attese su export 2013 (% risposte)

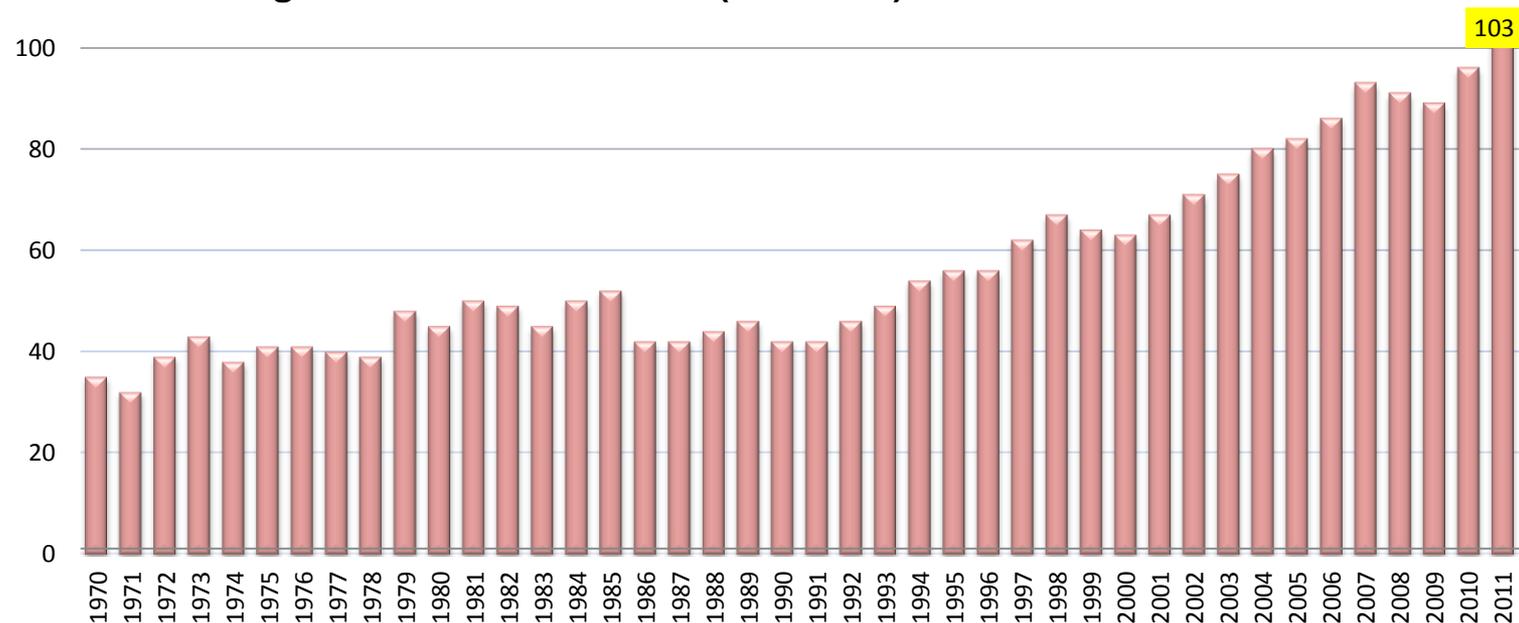


➤ L'evoluzione dell'export 2013 è segnalata come in crescita da quasi l'82% del campione dell'Osservatorio di Banca MPS, una percentuale molto simile quindi, al risultato dall'elaborazione dei questionari per l'anno scorso (che segnava un 80-81%). La ripartizione delle risposte nei range da noi prescelti è, però, diversificata e sembra evidenziare una certa prudenza sulle possibilità del ripetersi degli aumenti del biennio 2010-11. La maggioranza dei rispondenti ipotizza, infatti, una dinamica contenuta entro il +5%.

In effetti il mercato mondiale cresce

- Dal 1970 ad oggi gli scambi sono praticamente raddoppiati, passando in media dai 40 milioni di ettolitri degli anni settanta agli 80 milioni del nuovo millennio.
- Nel 2011 le esportazioni mondiali hanno superato il **tetto dei 100 milioni di ettolitri**. Ed anche i dati sui primi sei mesi del 2012 sembrano confermare il trend crescente.

Evoluzione degli scambi internazionali (milioni hl)

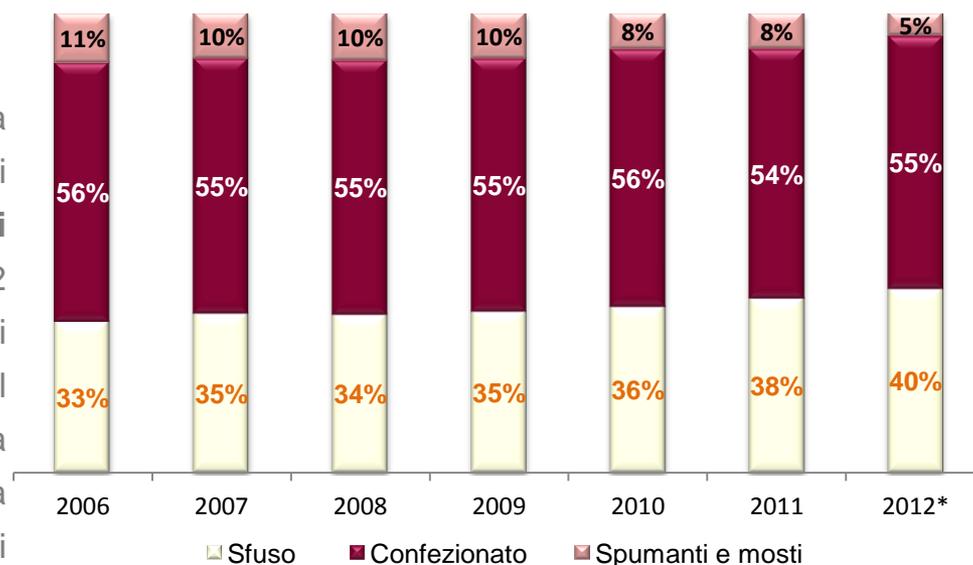


Fonte: Ismea su dati Gti

...evidenziando un costante incremento della quota di sfuso

Peso dei diversi segmenti nelle esportazioni mondiali di vino

➤ Dal 2008, da quando cioè la crisi economica internazionale ha manifestato i primi forti segnali, **si registra un aumento degli scambi di vino sfuso**. Il 2011 e la prima metà del 2012 hanno confermato tale tendenza. Ora i vini sfusi rappresentano **quasi il 40% del totale** contro il 33% del 2006 ed il 36% del 2010. In valore la quota, pur in discreta progressione, non supera comunque il 12%. Sembrano diversi i motivi dell'accresciuta domanda di sfuso:

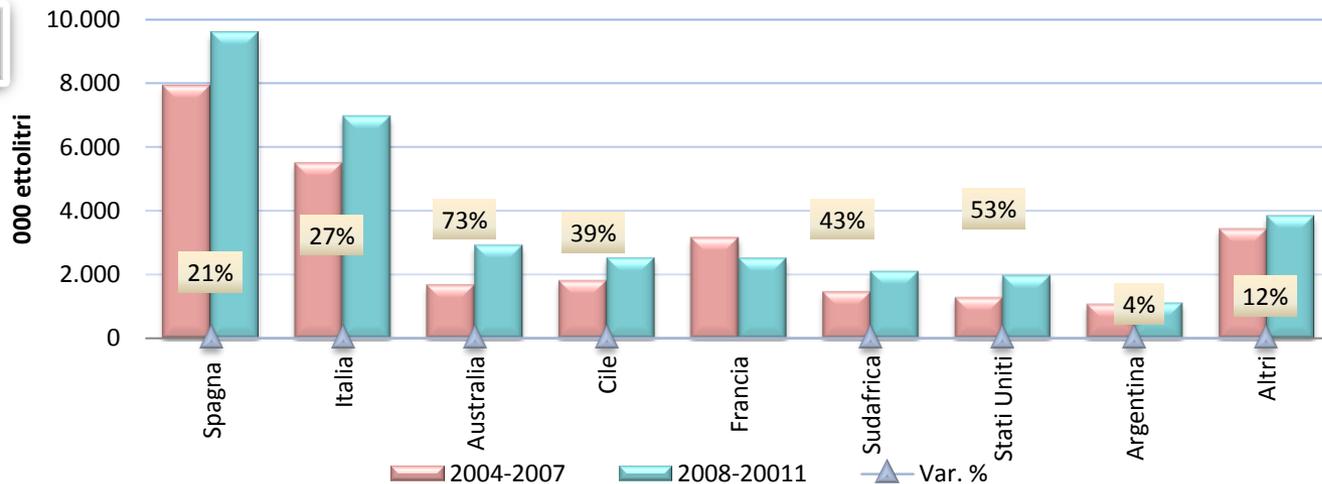


* *primi sei mesi*. Fonte: Ismea su dati Gti

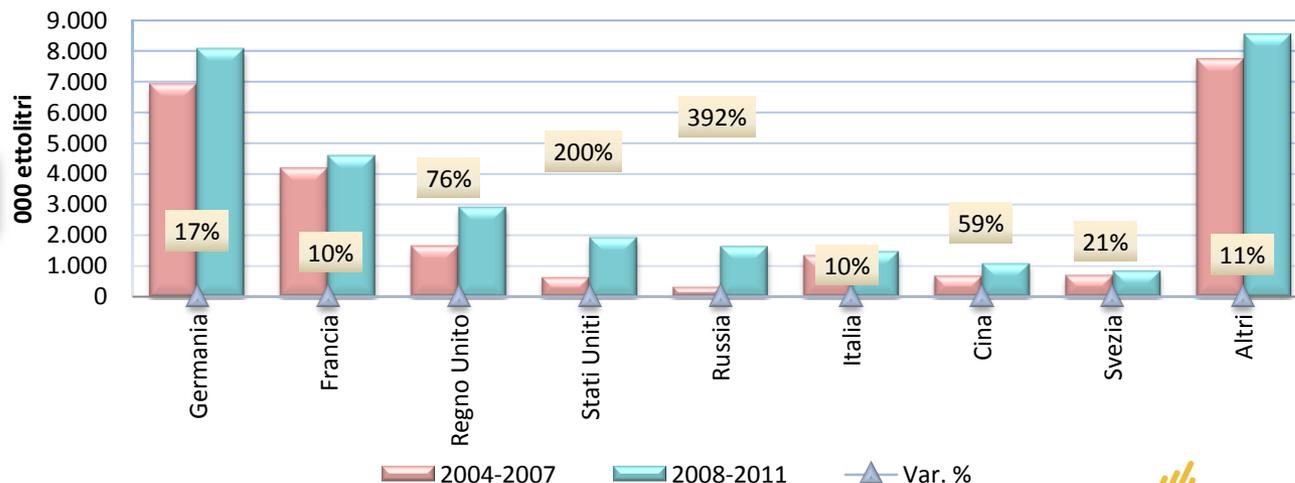
- **contenimento dei costi per i minori problemi logistici** e di trasporto. In molti casi costa meno imbottigliare nei luoghi di destinazione che importare vino già confezionato;
- **tutela ambientale maggiore intesa come risparmio “energetico”** e una minor emissione di CO₂;
- le grandi catene distributive preferiscono, in molti casi, per le loro private label **importare sfuso** e confezionarlo secondo le proprie esigenze di blend.

Un segmento in cui l'Italia si muove da protagonista

Paesi esportatori



Paesi importatori



I principali esportatori mondiali

	Ettoltri			Migliaia di euro		
	2010	2011	Var%	2010	2011	Var%
Francia	13.516.481	14.151.790	4,7	6.327.027	7.145.167	12,9
Italia	21.481.502	23.499.823	9,4	3.917.599	4.403.112	12,4
Spagna	17.454.995	21.768.938	24,7	1.882.463	2.161.208	14,8
Australia	7.993.795	7.205.179	-9,9	1.478.539	1.426.683	-3,5
Cile	7.332.462	6.665.626	-9,1	1.169.535	1.220.546	4,4
Germania	3.935.925	4.127.196	4,9	879.667	966.841	9,9
Stati Uniti	3.971.389	4.213.991	6,1	834.609	965.877	15,7
Portogallo	2.499.151	2.885.605	15,5	608.653	650.586	6,9
Nuova Zelanda	1.571.618	1.681.004	7,0	594.348	646.434	8,8
Regno Unito	872.172	856.127	-1,8	487.557	613.556	25,8
Argentina	2.791.233	3.166.423	13,4	560.625	608.715	8,6
Sudafrica	3.931.560	3.752.369	-4,6	592.634	541.761	-8,6
Paesi Bassi	195.888	246.087	25,6	126.310	189.683	50,2
Altri	5.524.241	5.755.305	4,2	1.029.703	1.174.035	14,0
Totale	94.450.000	103.000.800	9,1	20.489.271	22.714.204	10,9

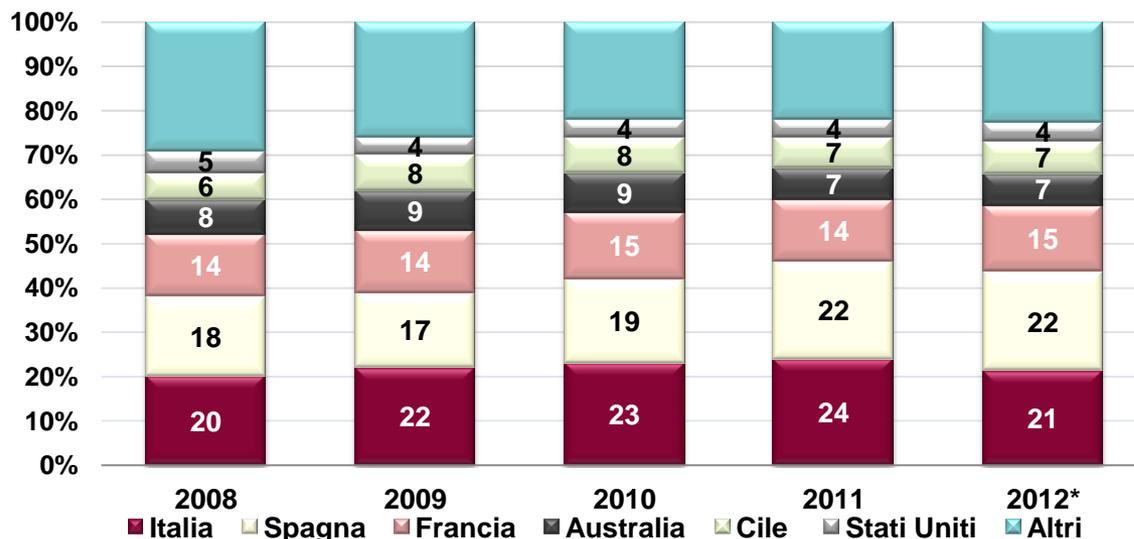
Fonte: Ismea su dati Gti

- L'Italia, con una media di 20,3 milioni di ettolitri negli ultimi cinque anni, **guida la classifica in volume** dei principali Paesi fornitori, mentre è seconda dietro la Francia in termini di incassi.
- La Spagna, con 17,3 milioni di ettolitri, **consolida la sua seconda posizione in volume** soprattutto grazie ai vini sfusi. Nei primi mesi del 2012 ha superato l'Italia.
- Dietro i tre grandi esportatori comunitari, si colloca l'**Australia** con una media di 7,6 milioni di ettolitri. Seguono il **Cile** con 6,6 milioni di ettolitri e gli **USA** con 4,2 milioni.

Italia protagonista dell'export mondiale

➤ Nel 2011 le performance in volume dei principali Paesi esportatori sono risultate tutte positive. In termini percentuali il risultato migliore è quello della Spagna (+25% su base annua), seguita da quello dell'Italia (+9%) e della Francia (+5%). Il vino francese ha realizzato un ottimo incremento anche in termini di incassi: +13% sul 2010, mentre quello italiano si è fermato ad un +12%, incremento più che proporzionale rispetto ai volumi.

Evoluzione del peso dei principali Paesi esportatori in volume



primi sei mesi.

Fonte: Ismea su dati Gti

➤ Nei primi sei mesi del 2012 gli scambi hanno continuato a crescere con un incremento, **secondo stime Ismea del 2% in volume e dell'11% in valore. Continua la progressione dello sfuso (+10% su base annua).**

➤ A beneficiare dell'incremento di domanda in questa prima parte del 2012 sono stati soprattutto i Paesi dell'Emisfero Sud e gli Stati Uniti, mentre in Europa, Spagna e Francia hanno fatto segnare un +5%, con **l'Italia che invece ha fatto segnare il 10% in meno.**

➤ Grazie a questa performance **la Spagna si candida a sorpassare l'Italia** nella graduatoria dei principali fornitori.

I principali importatori mondiali

	Ettolitri			Migliaia di euro		
	2010	2011	Var%	2010	2011	Var%
Stati Uniti	9.384.770	10.159.202	8,3	3.202.332	3.460.787	8,1
Regno Unito	12.880.136	13.299.686	3,3	3.257.310	3.430.515	5,3
Germania	14.831.374	15.895.047	7,2	2.092.173	2.305.750	10,2
Canada	3.500.595	3.583.818	2,4	1.283.512	1.374.345	7,1
Cina	2.862.285	3.655.498	27,7	604.032	1.037.996	71,8
Giappone	2.012.528	2.153.950	7,0	889.974	961.001	8,0
Belgio	2.973.457	3.139.190	5,6	866.918	923.060	6,5
Svizzera	1.939.729	1.895.531	-2,3	796.411	855.469	7,4
Paesi Bassi	3.710.177	3.234.635	-12,8	857.290	821.554	-4,2
Russia	5.308.843	4.990.957	-6,0	602.726	690.487	14,6
Francia	5.951.230	6.790.570	14,1	533.596	618.081	15,8
Danimarca	1.953.328	1.943.153	-0,5	500.648	513.556	2,6
Svezia	1.885.259	1.918.208	1,7	477.820	505.846	5,9
Australia	686.309	762.226	11,1	341.766	381.098	11,5
Italia	1.668.319	2.446.901	46,7	259.466	297.641	14,7
Mondo	94.450.000	103.000.800	9,1	20.489.271	22.714.204	10,9

Fonte: Ismea su dati Gti

➤ Sul fronte della domanda, nonostante si stiano aprendo nuovi mercati, i tre principali Paesi importatori, nell'ordine **Germania, Regno Unito e Stati Uniti**, rappresentano ancora quasi il **40%** delle destinazioni totali.

➤ A questi si è aggiunta la **Russia** che, comunque tra alti e bassi, resta intorno ai 5 milioni di ettolitri. Anche la **Cina** si sta affermando come importante mercato di destinazione, il più importante in volume dell'Estremo Oriente, davanti al **Giappone**. A questi si affiancano tanti «nuovi» Paesi le cui importazioni stanno crescendo, pur restando i volumi limitati.

Il valore medio delle importazioni in 4 mercati chiave (€/litro)

Germania

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012*

Totale	1,44	1,40	1,52	1,42	1,41	1,46	1,48
spumanti	4,08	4,71	5,32	4,90	4,88	5,04	4,68
confezionati	2,20	2,17	2,21	2,16	2,39	2,48	2,54
mosti	0,47	0,61	0,51	0,43	0,40	0,57	0,71
sfusi	0,43	0,45	0,52	0,49	0,46	0,51	0,59

Stati Uniti

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012*

Totale	4,21	3,98	3,81	3,07	3,41	3,41	3,20
spumanti	10,81	9,95	9,32	7,37	8,28	8,10	7,63
confezionati	4,19	4,00	3,98	3,67	3,75	3,82	4,25
sfusi	0,74	0,68	0,74	0,54	0,68	0,77	0,80

* primi sei mesi. Fonte: Ismea su dati Gti

Russia

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012*

Totali	0,77	0,86	1,08	1,00	1,14	1,38	1,50
spumanti	5,03	5,17	5,27	3,63	4,38	4,31	4,75
confezionati	1,16	1,42	1,62	1,57	1,69	1,85	2,12
mosti	0,68	0,70	0,71	0,41	0,40	0,44	0,55
sfusi	0,37	0,38	0,44	0,39	0,36	0,43	0,44

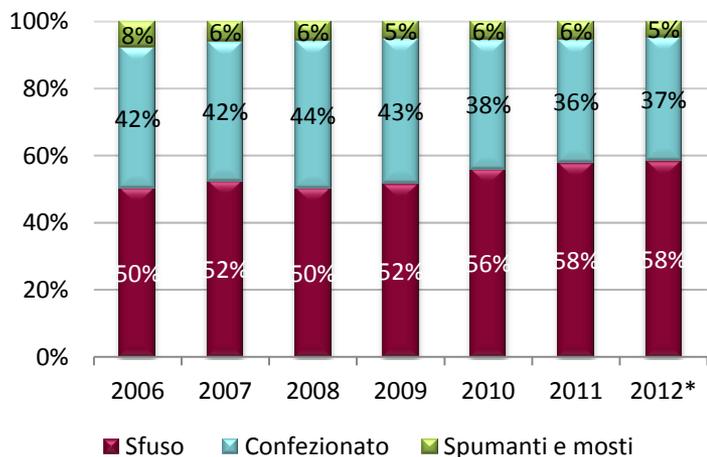
Cina

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012*

Totali	0,95	1,27	1,58	1,88	2,11	2,84	3,04
spumanti	8,24	7,95	8,35	6,78	7,88	7,09	7,88
confezionati	3,01	3,16	3,28	2,94	3,39	3,81	4,26
mosti	7,42	2,71	6,22	2,71	1,19	3,18	2,37
sfusi	0,44	0,43	0,54	0,57	0,63	0,75	0,91

Importazioni in 4 mercati chiave e il ruolo dell'Italia... Germania tra i maturi

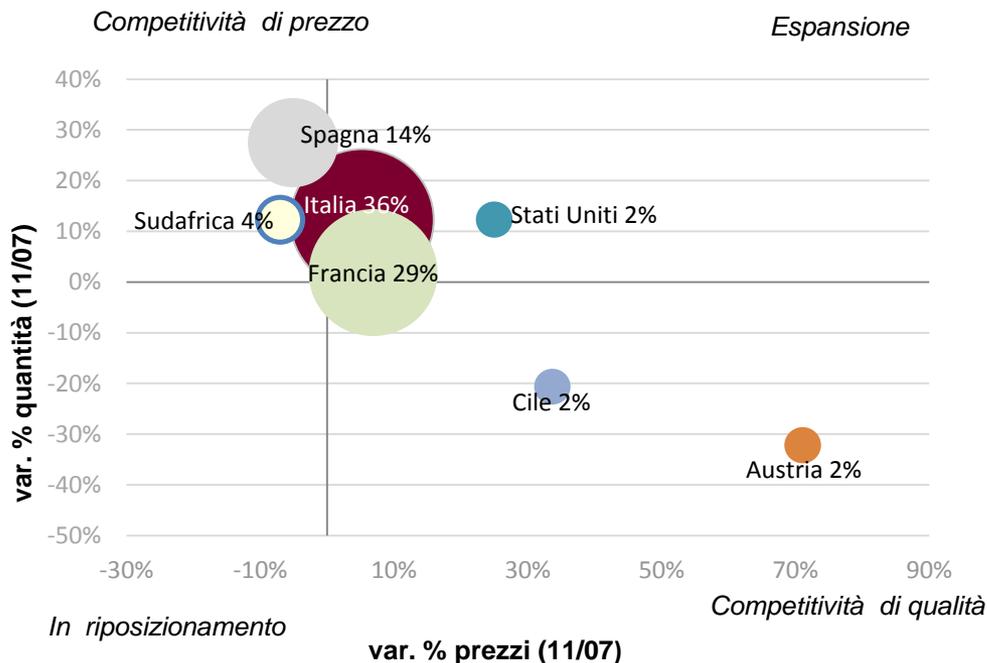
Ripartizione delle importazioni della Germania



La dimensione delle bolle è data dalla % in valore delle importazioni

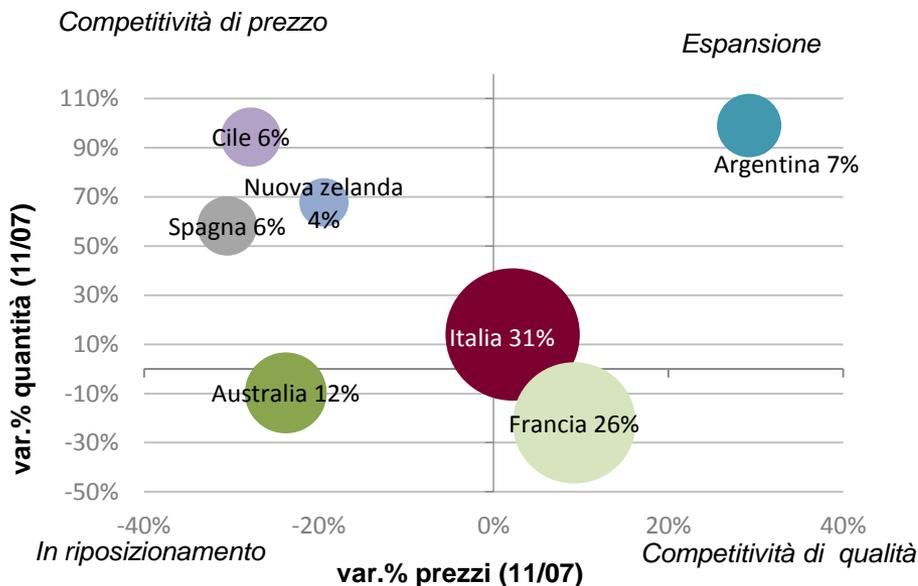
*primi sei mesi. Fonte: Ismea su dati Gti

Performance dei Paesi importatori in Germania



Importazioni in 4 mercati chiave e il ruolo dell'Italia... Stati Uniti tra i maturi

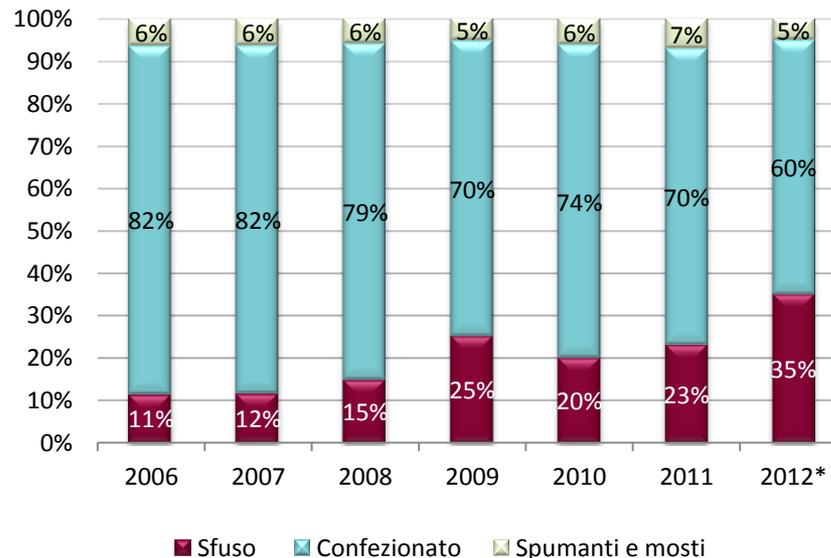
Performance dei Paesi importatori negli Stati Uniti



La dimensione delle bolle è data dalla % in valore delle importazioni

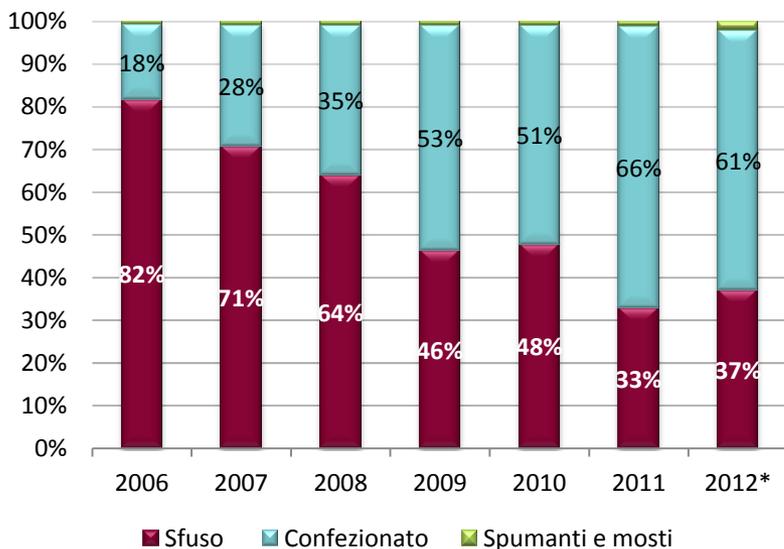
* primi sei mesi. Fonte: Ismea su dati Gti

Ripartizione delle importazioni degli Stati Uniti



Importazioni in 4 mercati chiave e il ruolo dell'Italia... Cina tra i nuovi

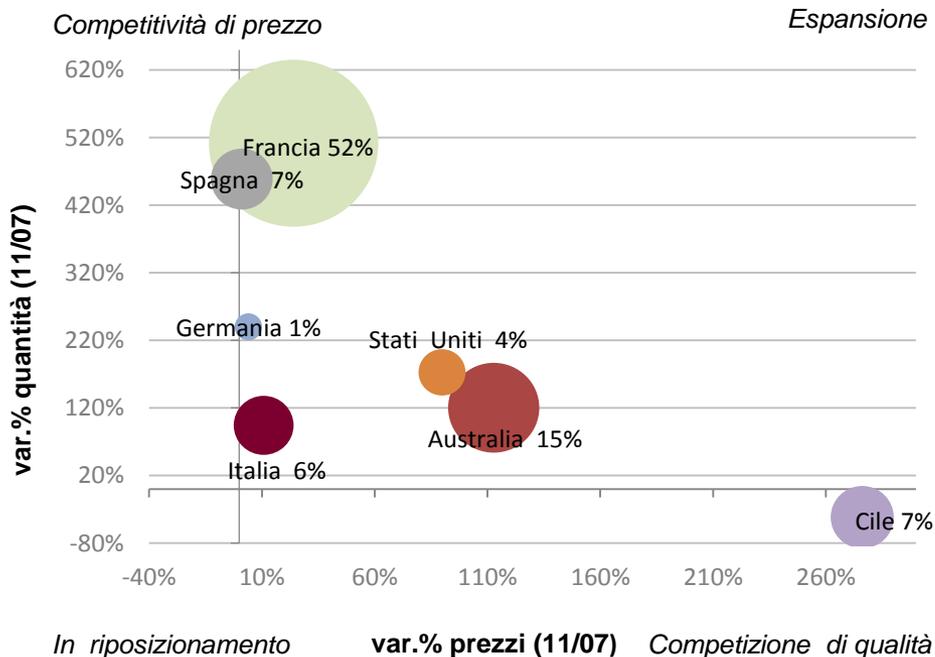
Ripartizione delle importazioni della Cina



La dimensione delle bolle è data dalla % in valore delle importazioni

* primi sei mesi. Fonte: Ismea su dati Gti

Performance dei Paesi importatori in Cina

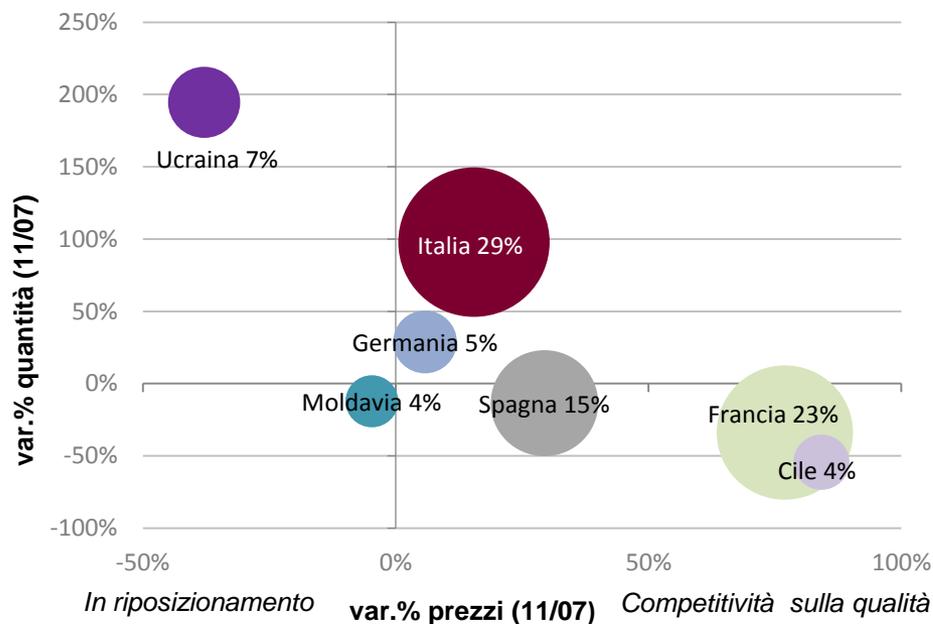


Importazioni in 4 mercati chiave e il ruolo dell'Italia... Russia tra i nuovi

Performance dei Paesi importatori in Russia

Competitività di prezzo

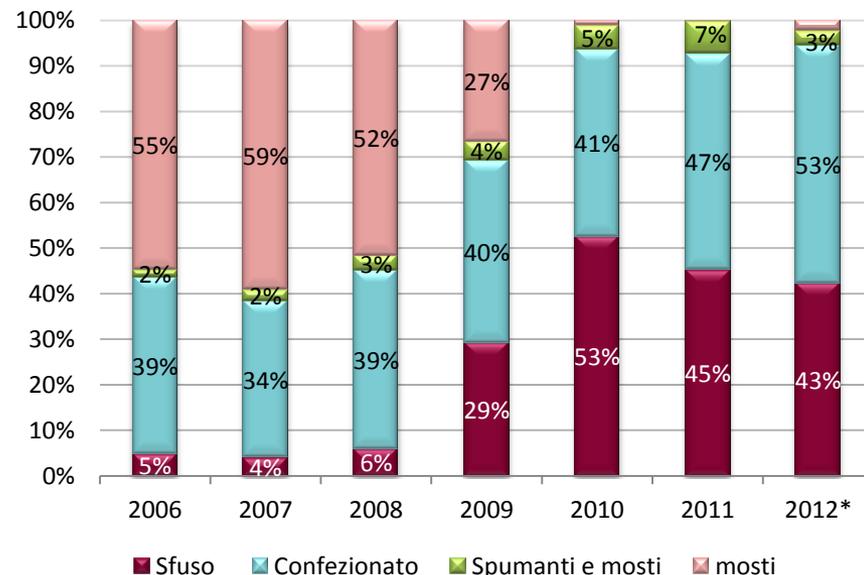
Espansione



La dimensione delle bolle è data dalla % in valore delle importazioni

* primi sei mesi. Fonte: Ismea su dati Gti

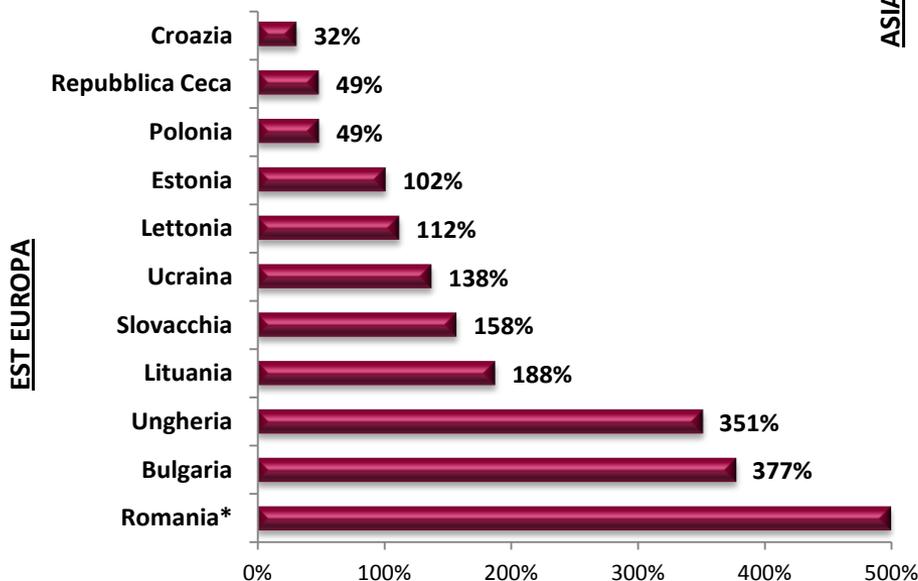
Ripartizione delle importazioni della Russia



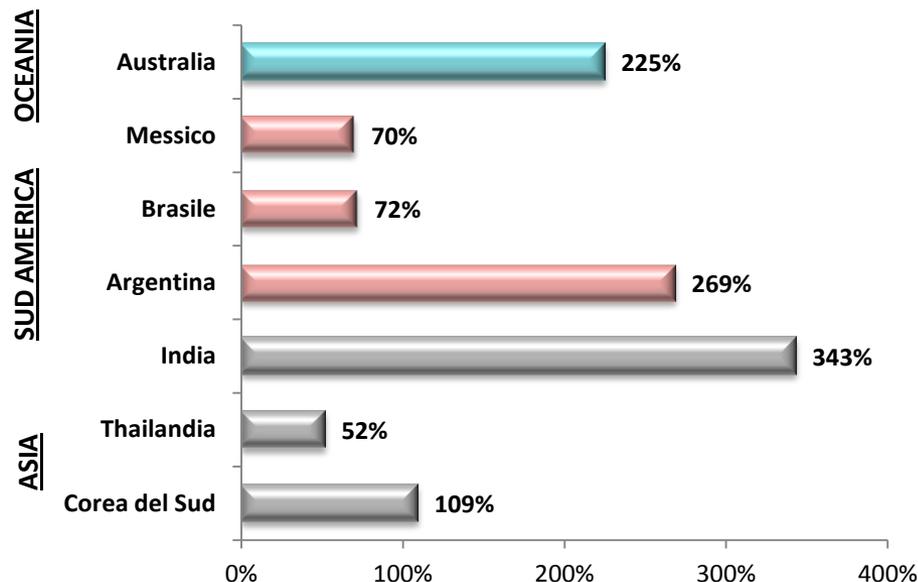
Quali nuovi mercati ?

Quali i **nuovi mercati**? Dall'analisi del trend degli ultimi 12 anni (confrontando la **variazione dei volumi** medi importati nel periodo 2000-2005 con quelli del periodo 2006-2011) emergono degli incrementi molti rilevanti. Si possono delineare tre gruppi di Paesi:

- **Paesi dell'Est Europa, comunitari e non.**
- **Paesi dell'Estremo Oriente**
- **L'Australia**



* Variazione >1000%. Fonte : Ismea su dati Gti



➤ Variazioni percentuali così elevate sottendono comunque **volumi ancora limitati**. A guidare questi nuovi mercati c'è la **Repubblica Ceca**, 15^a nel ranking mondiale degli importatori, con 1,5 milioni di ettolitri negli ultimi 5 anni. Segue la **Polonia** con 900 mila ettolitri e via via tutti gli altri.

L'Italia nei nuovi mercati come quota in volume 2011 ...(1)

EST EUROPA

	Paese leader	I° Follower	II° Follower	III° Follower
Croazia	Macedonia 51%	Bosnia 18%	Kosovo 13%	Slovenia 4%
Bulgaria	ITALIA 58%	Spagna 12%	Francia 7%	Germania 6%
Estonia	Spagna 19%	ITALIA 14%	Francia 12%	Cile 9%
Lettonia	Francia 39%	Spagna 22%	ITALIA 20%	Germania 6%
Lituania	Francia 33%	ITALIA 27%	Spagna 23%	Germania 6%
Polonia	Germania 19%	ITALIA 17%	Bulgaria 16%	Spagna 12%
Repubblica Ceca	ITALIA 36%	Spagna 14%	Slovacchia 12%	Ungheria 10%
Romania	Spagna 68%	ITALIA 15%	Bulgaria 6%	Moldavia 3%
Slovacchia	ITALIA 36%	Ungheria 27%	Repubblica Ceca 21%	Macedonia 5%
Ucraina	Moldavia 53%	Georgia 16%	Macedonia 8%	ITALIA 6%
Ungheria	ITALIA 88%	Germania 7%	Spagna 2%	Francia 1%

Fonte : Ismea su dati Gti

L'Italia nei nuovi mercati come quota in volume 2011...(2)

		Paese leader	I° Follower	II° Follower	III° Follower
<u>SUD AMERICA</u>	Argentina	Cile 87%	Spagna 6%	Francia 1%	ITALIA 1%
	Brasile	Cile 35%	Argentina 23%	ITALIA 17%	Portogallo 11%
	Messico	Spagna 30%	Cile 29%	ITALIA 13%	Argentina 10%
<u>ASIA</u>	Corea del Sud	Cile 25%	Spagna 22%	ITALIA 16%	Francia 15%
	India	Francia 30%	Australia 10%	ITALIA 9%	Singapore 7%
	Thailandia	ITALIA 24%	Australia 23%	Francia 21%	Cile 14%
<u>OCEANIA</u>	Australia	Nuova Zelanda 67%	Francia 14%	ITALIA 8%	Cile 3%

Fonte : Ismea su dati Gti

La bilancia commerciale italiana

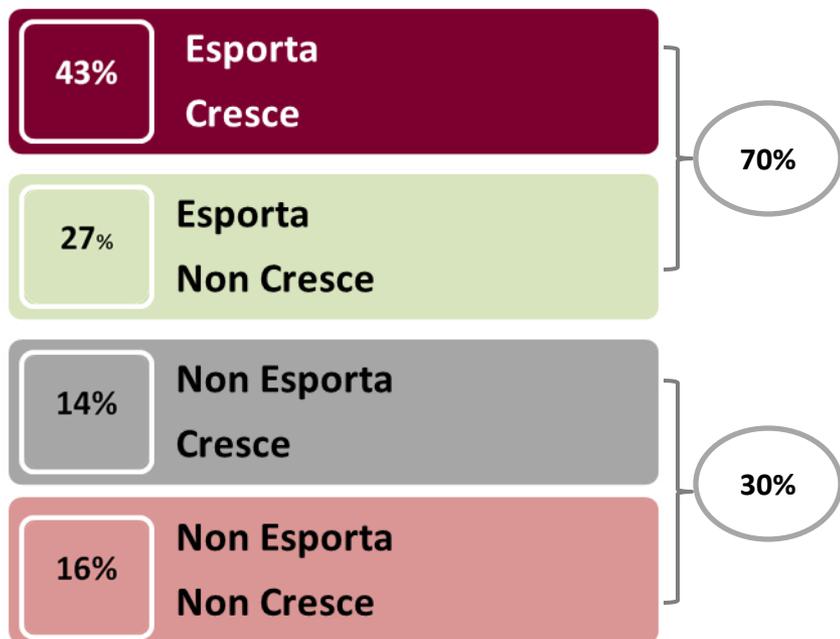
	Migliaia di ettoltri			Migliaia di euro		
	Export	Import	Saldo	Export	Import	Saldo
2001	15.856	728	15.128	2.609.056	182.491	2.608.874
2002	15.794	1.075	14.719	2.785.436	216.074	2.785.220
2003	13.283	1.613	11.670	2.700.740	240.282	2.700.500
2004	14.123	1.786	12.337	2.864.696	255.759	2.864.440
2005	15.736	1.835	13.900	3.000.149	281.918	2.999.867
2006	18.390	1.463	16.926	3.227.927	294.647	2.933.280
2007	18.827	1.779	17.047	3.541.832	360.280	3.541.472
2008	18.080	1.840	16.240	3.672.885	330.008	3.672.555
2009	19.519	1.461	18.058	3.510.921	252.169	3.510.669
2010	21.482	1.668	19.813	3.917.579	259.465	3.917.319
2011	23.500	2.447	21.053	4.403.092	297.639	4.402.794
Var%. 11/10	9%	46,7%	6,3%	12,4%	14,7%	12,4%
2012*	12.104	1.849	10.225	2.599.006	153.412	2.445.595
Var%*. 12/11	-9,5%	47,2%	-15,4%	7,9%	18,3%	7,3%

*primi sette mesi. Fonte: Ismea su dati Istat

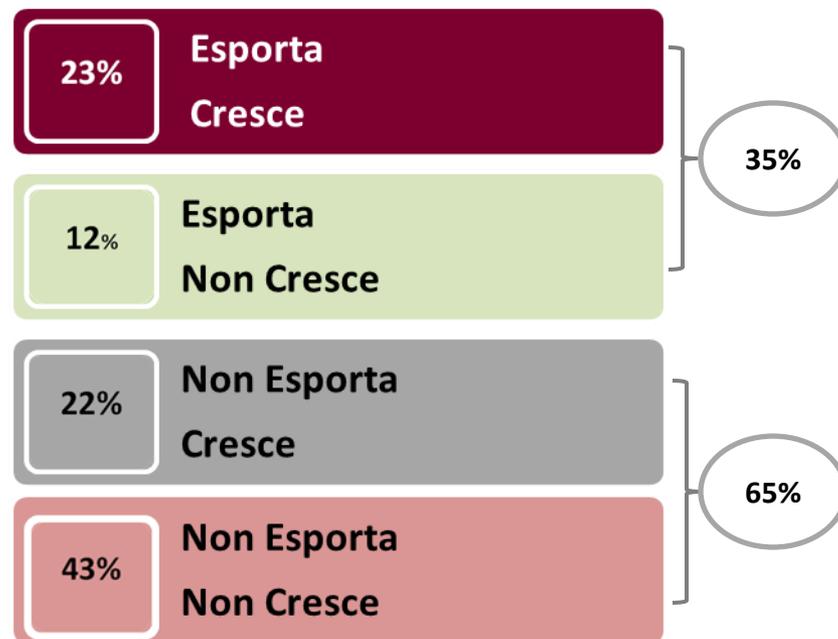
Indagine sull'internazionalizzazione (giugno 2012): segmentazione delle imprese

In base 1) alla crescita, fatturato 2011 vs fatturato 2010
2) al loro orientamento all'export

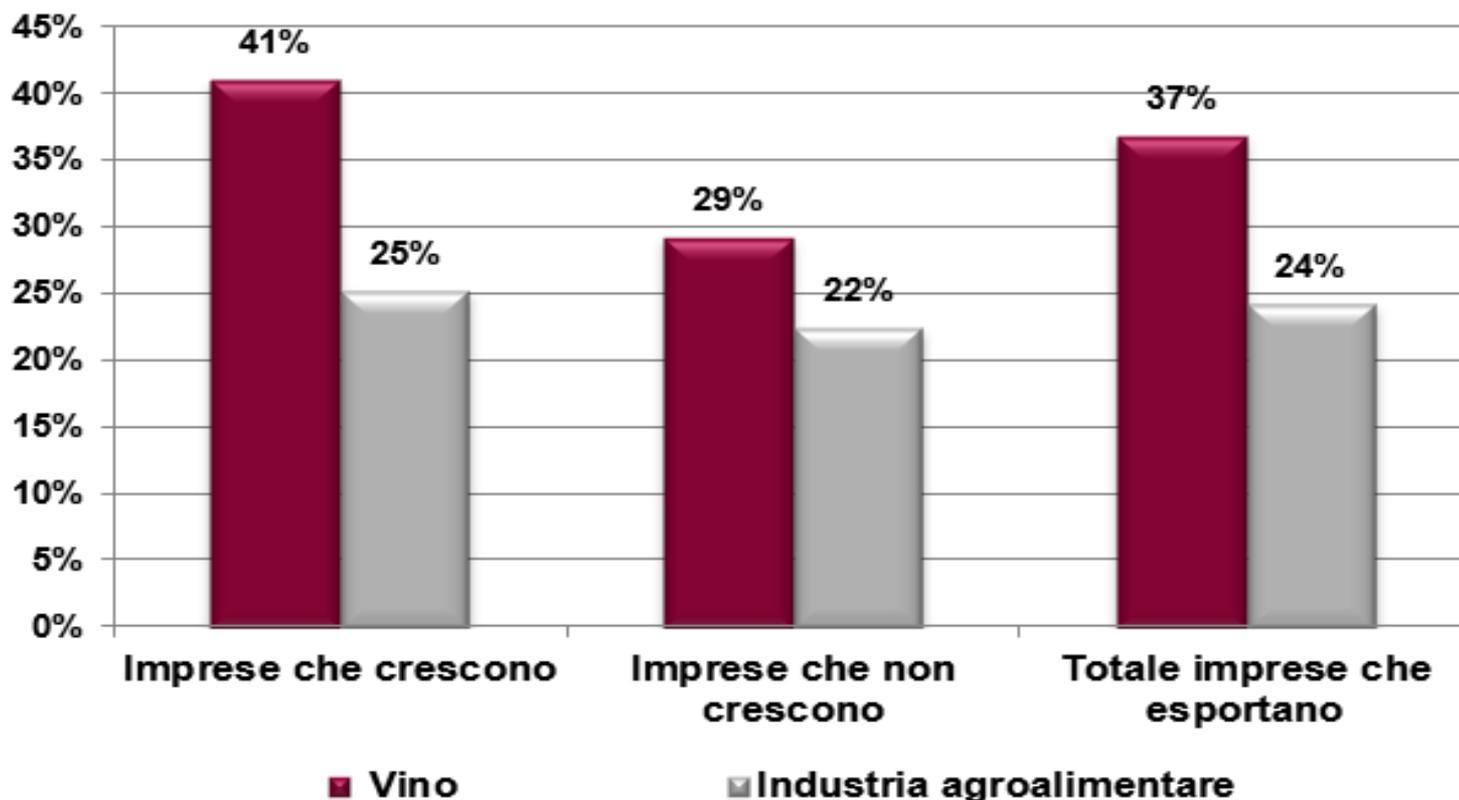
Imprese vitivinicole



Totale agroalimentare



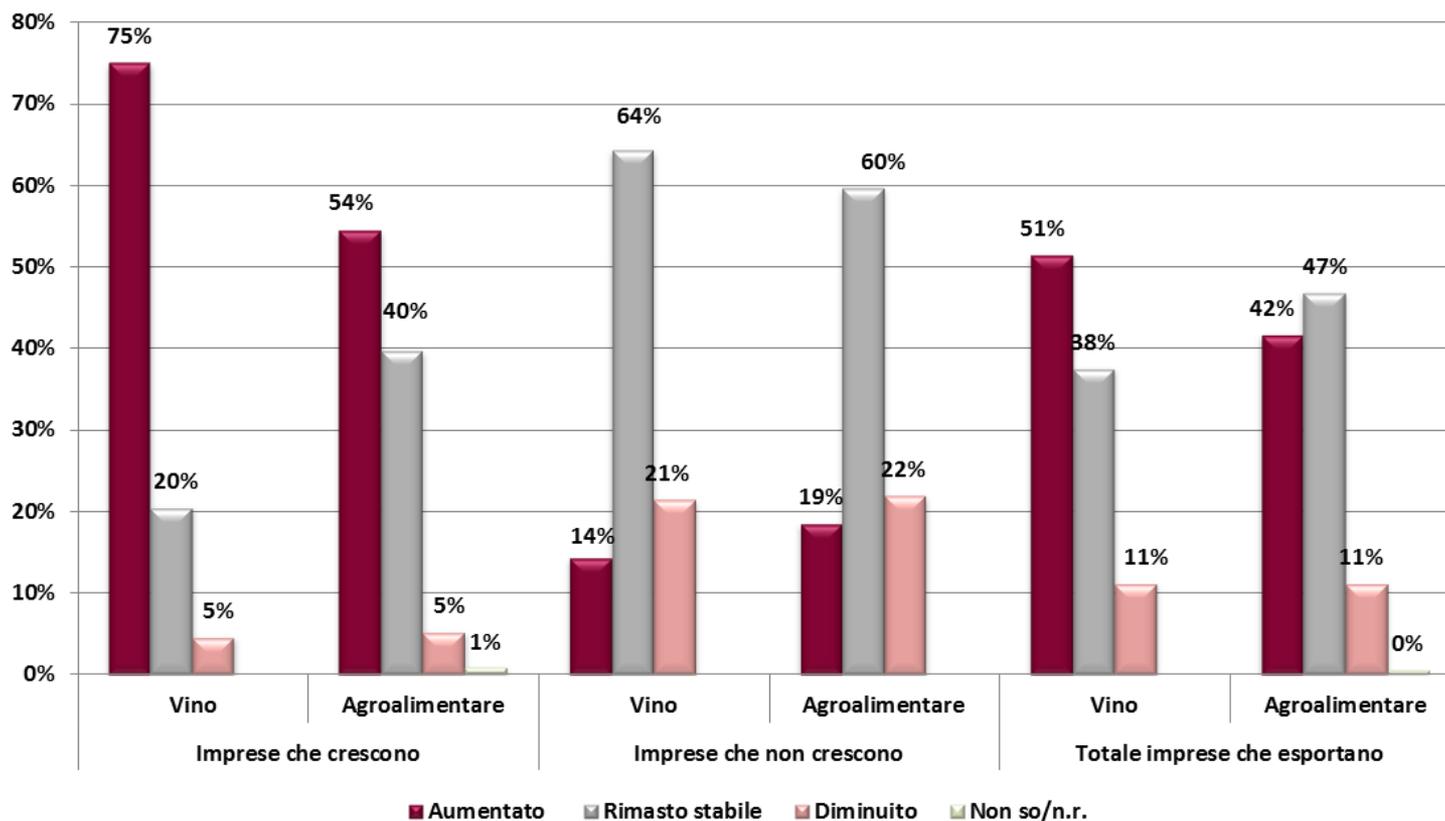
Imprese esportatrici (70% del totale vitivinicole): incidenza del fatturato estero nel 2011 rispetto al 2010



Base rispondenti: 72 imprese vitivinicole e 423 imprese agroalimentari che hanno dichiarato di esportare

Fonte: Ismea

Imprese esportatrici (70% del totale vitivinicole): andamento del fatturato estero nel 2011 rispetto al 2010



Base rispondenti: 72 imprese vitivinicole e 423 imprese agroalimentari che hanno dichiarato di esportare

Fonte: Ismea

Modalità di presenza all'estero delle imprese vitivinicole italiane

➤ L'89% delle imprese vinicole usa un solo canale commerciale all'estero, il resto una combinazione di più soluzioni.

➤ Il punto di debolezza delle imprese esportatrici italiane risiede nella scarsa presenza oltre confine con proprie sedi commerciali (solo 6/72 imprese).

	Per area geografica			
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Mezzogiorno
<i>Con una o più sedi commerciali</i>	1	4		1
<i>Con una o più sedi produttive</i>				
<i>Con una rete propria di agenti locali</i>	5	5	1	2
<i>Mediante importatori/esportatori</i>	22	18	6	12
<i>Altro</i>	1	1		1

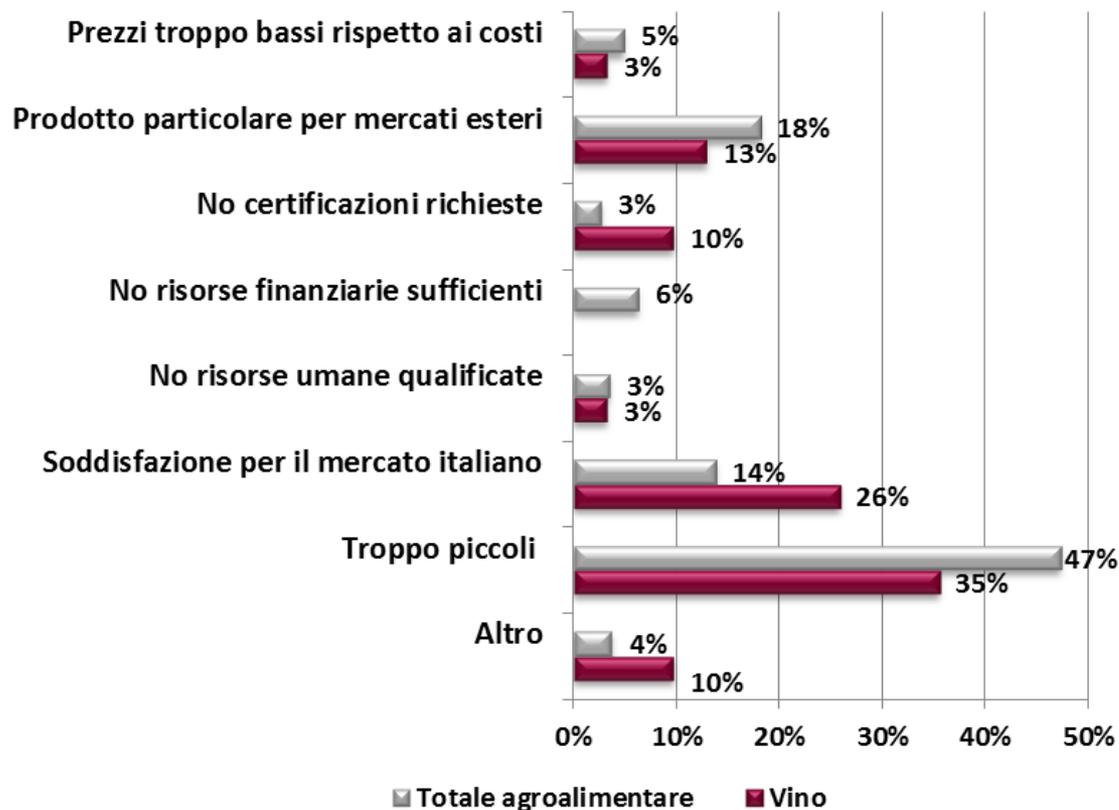
	Per forma giuridica			
	Imprese indiv. non agricole	Società di persone	Società di capitali	Società cooperat.
<i>Con una o più sedi commerciali</i>			3	3
<i>Con una o più sedi produttive</i>				
<i>Con una rete propria di agenti locali</i>	1	3	7	5
<i>Mediante importatori/esportatori</i>	7	12	32	7
<i>Altro</i>	1	1	1	

	Per classe di addetti			
	0-9	10-49	50-249	≥250
<i>Con una o più sedi commerciali</i>	1		4	1
<i>Con una o più sedi produttive</i>				
<i>Con una rete propria di agenti locali</i>	6	3	4	
<i>Mediante importatori/esportatori</i>	32	14	11	
<i>Altro</i>	3			

Base rispondenti: 72 imprese vitivinicole che hanno dichiarato di esportare; domanda a risposta multipla

Imprese non esportatrici (30% del totale vitivinicole): perché non esportano

➤ Il buon andamento del fatturato italiano può costituire un deterrente per l'ingresso nei mercati esteri: il 43% delle imprese vinicole con fatturato in crescita indica questa motivazione vs il 6% delle imprese con fatturato in flessione.



Base rispondenti: 31/103 imprese del settore vitivinicolo che hanno dichiarato di non esportare vs 704/1207 del totale panel agroalimentare

Domanda a risposta multipla

Esportare: perché?

L'Export diventa fondamentale per il sistema vinicolo italiano:

- la produzione è il doppio circa del consumo interno;
- il consumo pro capite diminuisce costantemente di circa un litro l'anno. Dagli oltre 100 litri degli anni Settanta si è scesi agli attuali 35-37 litri.

Esportare: come?

L'esportazione avviene con modalità svariate: ad esempio le principali imprese possono avere:

- partecipazioni in società estere (che importano ed eventualmente distribuiscono);
- joint-ventures con importatori con cui si condividono strategie ed eventualmente la proprietà del marchio;
- propri uffici commerciali.

Mercati differenti... strategie differenti

I paesi di destinazione possono dividersi in alcune categorie, che differiscono tra loro per caratteristiche di mercato e problematiche di varia natura:

- paesi con monopolio statale: l'azienda può partecipare ai tender e se viene prescelta ha la certezza di essere in tutto il Paese. Ovviamente, se non c'è sufficiente rotazione l'ente monopolista ha il diritto di dereferenziare il prodotto;
- paesi dove ci si basa sulla figura dell'importatore: l'azienda solitamente realizza azioni di marketing congiunte; l'importatore in molti casi è un operatore di grandi dimensioni, che esercita una forza negoziale rilevante; diventa necessario disporre di marchi noti, in modo da rendere indispensabili questi prodotti nel portafoglio di offerta dell'importatore al *retailer* ;
- paesi limitrofi, come quelli dell'Unione Europea, nei quali spesso la distribuzione è diretta (si salta la figura dell'importatore e ci si rapporta direttamente con la distribuzione locale).

Le maggiori difficoltà incontrate dalle aziende

Le difficoltà che molte imprese del settore vinicolo incontrano nell'esportare sono di varia natura, alcune legate alle piccole dimensioni operative che caratterizzano buona parte dei produttori italiani:

- nei “mercati consolidati” c'è una forte competizione, per cui diventa difficile trovare un importatore disponibile a trattare il prodotto;
- nei “mercati nuovi” un problema è costituito dal rischio di insolvenze;
- le accise sono molto elevate in alcuni paesi, come Irlanda, Regno Unito e Paesi scandinavi;
- la normativa è complicata e altrettanto complessa è la burocrazia;
- la carenza di dati aggiornati e una scarsità di informazioni in genere, relativamente a tanti mercati esteri su cosa si consuma, in quale fascia di reddito, in quale area del Paese ecc..

Contatti

Banca MPS - Responsabile Area Pianificazione Strategica, Research & Investor Relations

Alessandro Santoni, PhD

Email: alessandro.santoni@banca.mps.it

Tel: +39 0577-296477

ISMEA - Responsabile Direzione Servizi di Mercato

Fabio Del Bravo

Email: f.delbravo@isMEA.it

Tel: +39 06-85568579

Autori Pubblicazione:

Lucia Lorenzoni

Area Pianificazione Strategica, Research & IR

Email: lucia.lorenzoni@banca.mps.it

Tel: +39 0577-293753

Tiziana Sarnari

Direzione Servizi di Mercato

t.sarnari@isMEA.it

Tel. +39 06-85565555

per Banca MPS

Nicola Zambli

Area Pianificazione Strategica, Research & IR

Email: nicola.zambli@banca.mps.it

Tel: +39 0577-298593

per ISMEA

Francesca Carbonari

Direzione Servizi di Mercato

f.carbonari@isMEA.it

Tel. +39 06-85565559

Marcello Lucci

Area Pianificazione Strategica, Research & IR

Email: marcello.lucci@banca.mps.it

Tel: +39 0577-296668

Giovanna Ferrari

Direzione Servizi di Mercati

g.ferrari@isMEA.it

Tel. +390685568570

Si ringrazia lo Staff Commerciale Agro-Alimentare di Banca MPS per la preziosa collaborazione alla realizzazione del report