

Flavio Boccia*, Eugenio Pomarici**

*Dipartimento di Studi Economici - Università degli Studi di Napoli Parthenope

**Dipartimento di Economia e Politica Agraria, Università degli Studi di Napoli Federico II - Centro per la formazione in economia e politica agraria - Portici

L'evoluzione del consumo del vino è un aspetto cruciale dell'evoluzione complessiva del mercato di questo prodotto e merita pertanto un'attenzione particolare da parte di tutti coloro che sono interessati al settore vitivinicolo.

In un precedente articolo pubblicato su questa stessa rivista (Pomarici, 2005), si è già descritta in termini generali l'evoluzione globale della produzione e del consumo di vino ed evidenziato come il cambio di secolo sia stato caratterizzato da una ripresa sia dell'una sia dell'altro. Questo contributo intende ora approfondire l'analisi dell'evoluzione dei consumi mondiali di vino negli ultimi decenni e il rapporto tra consumo e produzione e, quindi, valutare le prospettive di evoluzione futura dei consumi e dell'equilibrio di mercato. Si analizza-

Evoluzione dei consumi di vino nel mondo



rà, inoltre, il processo di trasferimento dei consumi di vino tra i Paesi produttori e forti consumatori e quelli prevalentemente consumatori e si discuterà il consumo del vino in rapporto alle altre bevande alcoliche, analizzando la dinamica delle quote del vino all'interno della dinamica del consumo complessivo di alcol.

Questo articolo intende dunque fornire un quadro che possa essere utile nell'impostazione di strategie di marketing e nelle riflessioni sulle misure di regolazione del mercato nell'Unione Europea. L'analisi non affronta il pur importante tema della segmentazione qualitativa dei consumi sulla quale, peraltro, le informazioni sono molto frammentarie.

Al fine di consentire un credibile confronto tra i diversi Paesi, in questo articolo si utilizzano i dati della Fao (www.fao.org) e dell'Oiv (Organisation Internationale de la Vigne et du Vin, www.oiv.org). È stato possibile ottenere una base dati completa sui consumi aggregati nei vari Paesi a partire dal 1961; purtroppo, i dati sui consumi pro capite sono disponibili solo per serie storiche più brevi.

Il quadro generale

L'evoluzione del mercato del vino negli ultimi decenni è stata caratterizzata da una crescita dei consumi a partire dal secondo dopoguerra, che è durata fino alla fine degli anni Settanta dello scorso secolo, per poi passare a una diminuzione importante e rapida che è durata fino alla prima metà degli anni Novanta. Successivamente, il consumo ha ricominciato a salire costantemente. Il grafico 1 descrive, quindi, la fase discendente e la recente ripresa dei consumi. Il grafico evidenzia che, nella fase di massimo sviluppo, il consumo del vino nel mondo si collocava sopra i 280 milioni di ettolitri; nel 1961, anno di inizio delle serie della Fao, questo aveva raggiunto solo i 208 milioni di ettolitri. Attualmente il consumo è dunque più elevato di quanto non fosse mezzo secolo fa. L'Oiv ha fornito un dato consolidato di consumo mondiale del vino per il 2002 di 229 milioni di ettolitri, cui seguono un dato provvisorio per il 2003 di 234 milioni di ettolitri e, infine, una stima per il 2004 di 236 milioni di ettolitri. La stessa Oiv preve-

de un consumo al 2008 che dovrebbe collocarsi tra i 237 e i 245 milioni di ettolitri (grafico 1). Tra il 2002 e il 2004 il consumo mondiale è così cresciuto del 3%. L'analisi dei dati aggregati evidenzia quindi che il consumo mondiale attuale si colloca a un livello che appare del 20% inferiore rispetto agli anni di massima espansione, ma risulta comunque superiore del 10% rispetto all'inizio degli anni Sessanta.

I dati relativi agli ultimissimi anni, evidenziando la presenza di una ripresa della domanda (i consumi attuali sono a

un livello di almeno il 5% superiore a quelli della metà degli anni Novanta), appaiono certamente positivi. La dinamica dei consumi, però, se confrontata con quella dell'offerta, non è tuttora in grado di mettere il mercato al riparo da crisi di sovrapproduzione. Studi accurati sul potenziale produttivo mondiale e dell'Ue hanno chiarito che

il sistema vitivinicolo mondiale è tuttora afflitto da un surplus strutturale di offerta, nonostante la riduzione delle superfici vitate comunitarie a partire dagli anni Ottanta (Dubos, 2005). Ciò che è avvenuto in realtà conferma l'analisi strutturale, come dimostrato dal grafico 2 che mostra, a partire dalla fine degli anni Settanta del secolo scorso, gli scarti tra produzione e consumo umano che si sono storicamente realizzati. Il grafico 2, evidenziando anche il livello medio degli usi industriali del vino (brandy, vermouth, aceto, carburanti) che si sono verificati nel periodo considerato - pari a circa 35 milioni di ettolitri - mette in evidenza il surplus effettivo dell'offerta sulla domanda che ha caratterizzato il mercato del vino; in realtà, l'entità dei livelli produttivi negli anni nei quali si sono avute rese particolarmente elevate hanno determinato surplus di produzione che alla componente strutturale hanno aggiunto una componente ciclica importante. Il grafico dunque evidenzia che i gravi eccessi di produzione che si sono verificati negli anni della diminuzione dei consumi (1979-1994) hanno continuato a verificarsi dal 1995 in poi, anche in dimensioni significative, e le analisi dell'Oiv stimano il surplus dell'offerta rispetto al consumo umano, nel 2004, tra i 50 e i 68 milioni di ettolitri. L'Oiv prevede invece per il 2008 una forbice compresa tra i 38 e i 65 milioni di ettolitri, con un valore atteso pari a 50 milioni di ettolitri.

L'EVOLUZIONE DEL MERCATO DEL VINO NEGLI ULTIMI DECENNI È STATA CARATTERIZZATA DA UNA CRESCITA DEI CONSUMI A PARTIRE DAL SECONDO DOPOGUERRA, CHE È DURATA FINO ALLA FINE DEGLI ANNI SETTANTA DELLO SCORSO SECOLO, PER POI PASSARE A UNA DIMINUIZIONE IMPORTANTE E RAPIDA CHE È DURATA FINO ALLA PRIMA METÀ DEGLI ANNI NOVANTA



Graf. 1 - Evoluzione del consumo mondiale di vino.
Fonte: Oiv, 2005.



Graf. 2 - Scarto tra la produzione e il consumo di vino nel mondo.
Fonte: Oiv, 2005.

tri, perciò con un surplus netto atteso, rispetto all'insieme del consumo umano e degli usi industriali, pari a 15 milioni di ettolitri. D'altra parte, il grafico 2, evidenziando la curva d'interpolazione dei dati annuali, mostra che lo scarto tra produzione e consumo umano è permanentemente al di sopra del livello degli usi industriali e che quindi, se negli anni di deficit di produzione le scorte possono agevolmente contribuire a colmare la domanda di mercato, i più numerosi anni di eccesso di produzione determinano un forte aggravio delle scorte stesse. Interessante notare che nell'Ue queste scorte, che alla metà degli anni Novanta (punto di ripresa del consumo del vino) erano scese a solo 40 milioni di ettolitri, all'inizio del nuovo secolo erano risalite a più di 60 milioni di ettolitri. E' da notare, peraltro, che il surplus strutturale mondiale appare alimentato

LA DINAMICA DEI CONSUMI MONDIALI È IL RISULTATO DI FENOMENI LOCALI MOLTO DIFFERENZIATI: PER TALE MOTIVO È IMPORTANTE OSSERVARE I CAMBIAMENTI, AVVENUTI E IN CORSO, NEI DIVERSI PAESI CONSUMATORI DI VINO E L'EVOLUZIONE DEL LORO PESO NELL'AMBITO DELLA DINAMICA GLOBALE

principalmente dai Paesi produttori dell'Ue (Dubos, 2005). In questa situazione, un ruolo ancora decisivo nel mantenimento dell'equilibrio di mercato è, dunque, quello delle distillazioni sovvenzionate dall'Ue; nelle campagne 2000/2001 e 2001/2002 queste sono state pari, rispettivamente, a 6,5 e 6,9 milioni di ettolitri, mentre per la campagna 2004/2005 risulta autorizzata una distillazione di crisi pari a circa 8 milioni di ettolitri per tutta l'Ue. La gravità della situazione è tuttavia evidenziata dal fatto che la quota autorizzata per l'Italia è pari a 2 milioni di ettolitri, a fronte di una richiesta di 6 milioni di ettolitri.

Dinamica dei consumi del vino nelle diverse aree del mondo

La dinamica dei consumi mondiali è il risultato di fenomeni locali molto differenziati: per tale motivo è importante osservare i cambiamenti, avvenuti e in corso, nei diversi Paesi consumatori di vino e l'evoluzione del loro peso nell'ambito della dinamica globale. Per fissare un primo quadro generale è utile riflettere sulla distribuzione del consumo tra i diversi continenti. Questo all'inizio degli anni Sessanta del secolo scorso era polarizzato tra America ed Europa, mentre oggi appare ben più distribuito. All'inizio del XXI secolo, infatti, contro il 67% e 21% espressi da Europa e America rispettivamente, gli altri tre continenti esprimono un'apprezzabile quota del 12% del consumo mondiale di vino; negli anni Sessanta la quota di Asia, Africa e Oceania era inferiore al 3%, mentre quelle dell'Europa e dell'America erano pari a circa 82% e 15% rispettivamente. Si vedrà tuttavia che la riallocazione dei consumi che ha caratterizzato gli ultimi 40 anni è, in realtà, più marcata di quanto non indichino le percentuali appena citate, avendo seguito un modello trasversale ai diversi continenti.

L'analisi di dettaglio della dinamica dei consumi prende in esame i 23 Paesi più importanti nel mercato del vino (che nel loro insieme rappresentano circa il 90% del consumo totale) suddividendoli in quattro gruppi sulla base delle loro caratteristiche in termini di volume di consumo, autosufficienza nell'approvvigionamento della domanda interna, apertura agli scambi internazionali. L'applicazione di questo criterio nell'esplorazione del vasto panorama dei modelli nazionali di evoluzione dei consumi ha fatto emergere interessanti omogeneità nelle traiettorie di evoluzione dei comportamenti di consumo, prefigurando contesti di marketing specifici e differenziati. I quattro gruppi oggetto di analisi possono essere così caratterizzati:



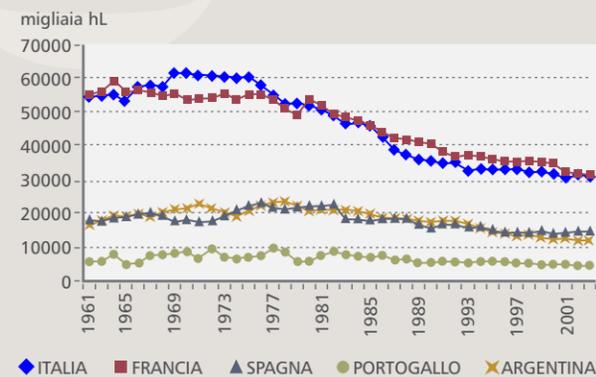
Foto Paolo Gallo - www.paologallo.com

- grandi consumatori, autosufficienti ed esportatori;
- medi consumatori, autosufficienti esportatori e non esportatori;
- consumatori non produttori;
- consumatori non autosufficienti esportatori e non esportatori.

Il primo dei gruppi considerati è quello dei Paesi latini, che in grandissima misura hanno espresso, e tuttora esprimono, una quota rilevante del consumo mondiale e che, altresì, alimentano in modo massiccio il commercio internazionale del vino; i Paesi che vi appartengono hanno una produzione largamente superiore al consumo e devono quindi collocare una parte significativa del vino prodotto sui mercati esteri. Il grafico 3 descrive l'evoluzione del consumo di questo gruppo, che annovera Francia, Italia, Spagna, Portogallo e Argentina. Per tutti si può osservare prima una fase di crescita e poi il processo di progressiva riduzione dei propri consumi di vino - iniziato alla metà degli anni Settanta in Francia e Italia e all'inizio degli anni Ottanta nella penisola iberica e in Argentina - ter-

IN ASSENZA DI VARIAZIONI DEMOGRAFICHE RILEVANTI, LA RIDUZIONE DEI CONSUMI COMPLESSIVI NEI PAESI GRANDI CONSUMATORI È IL RISULTATO PRINCIPALMENTE DI UNA NOTEVOLE DIMINUZIONE DEI CONSUMI INDIVIDUALI E DELL'INCIDENZA DEI CONSUMATORI SULLA POPOLAZIONE

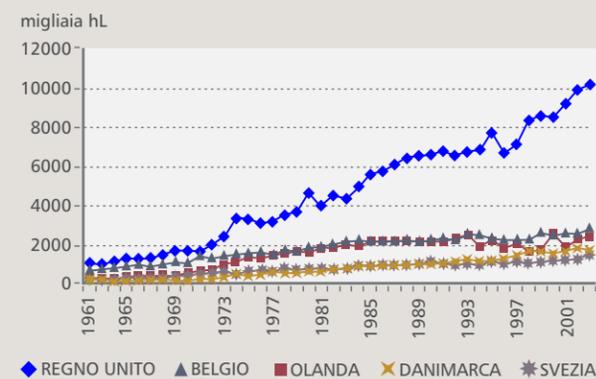
minato solo di recente, che ha determinato, dato il peso di questi Paesi sul consumo globale, il trend decrescente dei consumi mondiali stessi negli ultimi 25 anni dello scorso secolo e, quindi, la sua stabilizzazione negli anni più recenti. La stabilizzazione dei consumi in questo inizio di secolo è confermata dall'ultima Nota di congiuntura dell'Oiv per Francia e Spagna, per le quali si stima tra il 2003 e il 2004 una crescita del consumo di 200.000 e 102.000 ettolitri rispettivamente. La nota evidenzia invece variazioni congiunturali negative per l'Italia, con un calo nel consumo totale superiore al milione di ettolitri, e per il Portogallo, con una riduzione di 490 mila ettolitri (Oiv, 2005a). La forte pressione di questi Paesi sul commercio internazionale trova la sua origine strutturale nel fatto che essi hanno visto crescere il proprio potenziale produttivo negli anni di espansione dei consumi per trovarsi poi, quando questi hanno cominciato a diminuire, con crescenti eccessi di offerta rispetto alla domanda interna. In assenza di variazioni demografiche rilevanti, la riduzione dei consumi complessivi nei Paesi grandi consumatori è il risultato principalmente di una notevole diminuzione dei consumi individuali e dell'incidenza dei consumatori



Graf. 3 - Evoluzione del consumo di vino nei Paesi grandi consumatori autosufficienti esportatori.
Fonte: Fao, 2004.



Graf. 4 - Evoluzione del consumo di vino nei Paesi medi consumatori autosufficienti esportatori e non esportatori.
Fonte: Fao, 2004.

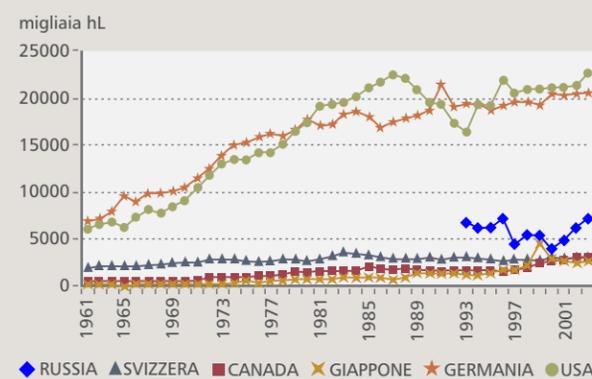


Graf. 5 - Evoluzione del consumo di vino nei Paesi consumatori non produttori.
Fonte: Fao, 2004.

sulla popolazione. Tale diminuzione è conseguenza della modifica del modello alimentare in relazione a quella degli stili di vita (Pomarici, 2004); in Argentina fattore non secondario è stato la profonda crisi degli ultimi anni. In Italia e Francia il consumo pro capite, che nel secondo dopoguerra era largamente superiore a 100 litri/anno, è ormai sceso a poco più di 50.

Il grafico 4 illustra, invece, l'evoluzione dei Paesi produttori di vino che partivano, negli anni Sessanta del secolo scorso, da consumi nazionali inferiori ai 6 milioni di ettolitri e che si sono caratterizzati per una stabile autosufficienza che per alcuni di questi, primo tra tutti l'Australia, ha portato a importanti esportazioni. L'evoluzione dei consumi in questi Paesi non presenta un modello uniforme. L'Australia e la Cina sono i Paesi che mostrano una crescita costante, mentre la Moldova (i cui dati partono dall'anno dello scioglimento dell'Urss) presenta nel periodo considerato una drastica riduzione (la cui causa potrebbe essere imputabile sia alla transizione economica sia a problemi statistici). Gli altri Paesi - Cile, Sud Africa, Ungheria e Romania - appaiono accomunati da un modello di evoluzione che presenta nell'orizzonte temporale considerato prima una leggera crescita dei consumi, quindi una riduzione e, infine, una ripresa negli anni Novanta. Questi quattro Paesi, in definitiva, seppure con variazioni

DEGNA DI NOTA È L'EVOLUZIONE DEL CONSUMO IN CINA CHE, NELL'ARCO DI TEMPO CONSIDERATO, È GIUNTO A UN LIVELLO PIUTTOSTO RILEVANTE PER EFFETTO DELLA COMBINAZIONE DELLA CRESCITA DEMOGRAFICA E DELL'AUMENTO DEI CONSUMI PRO CAPITE



Graf. 6 - Evoluzione del consumo di vino nei Paesi consumatori non autosufficienti esportatori e non esportatori.
Fonte: Fao, 2004.

in valore assoluto più contenute, ripetono il modello d'evoluzione già osservato per i Paesi grandi consumatori (grafico 3). Nell'ambito di questo gruppo di Paesi certamente degna di nota è l'evoluzione del consumo in Cina che, nell'arco di tempo considerato, è giunto a un livello piuttosto rilevante per effetto della combinazione della crescita demografica e dell'aumento dei consumi pro capite. Per quanto riguarda gli altri Paesi di questo secondo gruppo, la dinamica dei consumi può essere attribuita principalmente alla variazione dei consumi pro capite.

Passando all'analisi della dinamica dei consumi dei Paesi non produttori, il grafico 5 mette in evidenza un modello di evoluzione sostanzialmente omogeneo, nel quale i consumi complessivi dei Paesi considerati crescono in modo stabile, e giustifica quindi l'importanza che l'area nordeuropea, e il Regno Unito in particolare, ha assunto nel mercato del vino. La Nota di congiuntura dell'Oiv conferma il trend per quanto riguarda Regno Unito, Olanda e Svezia, per i quali nel periodo 2003-2004 si stimano incrementi di consumo pari a 569.000, 37.000 e 28.000 ettolitri rispettivamente; per Belgio e Danimarca la Nota invece riporta stime di modeste riduzioni congiunturali per 15.000 e 6.000 ettolitri rispettivamente (Oiv, 2005a). Il trend positivo in questi Paesi è spiegato dalla crescita dei consumi pro capite. Quest'ultima è stata particolarmente marcata alla fine dello scorso decennio, confermando che questi Paesi - e il Regno Unito in particolare, data la sua dimensione demografica - sono tra quelli che più hanno contribuito alla rivitalizzazione del mercato del vino degli anni Novanta.

Il grafico 6, invece, analizza i Paesi consumatori la cui produzione non è in grado di coprire la domanda interna; alcuni di questi, nonostante la non autosufficienza nell'approvvigionamento esterno, hanno un'attività di esportazione non marginale, che rimane a livelli modesti in Svizzera e Canada e raggiunge livelli importanti in Usa e Germania, due Paesi cruciali nel mercato del vino. In questo gruppo il Canada e la Svizzera mostrano una dinamica dei consumi molto simile, caratterizzata da una crescita fino alla metà degli anni Ottanta del secolo scorso, quindi una flessione e poi una ripresa nella seconda metà degli anni Novanta, ripercorrendo un modello già osservato per tutti i Paesi produttori e forti consumatori (grafico 3) e per alcuni dei Paesi produttori e medi consumatori (grafico 4). Il Giappone mostra invece una crescita costante, che lo ha portato a esprimere consumi aggregati importanti. La Russia (i cui dati sono relativi al periodo post-scioglimento dell'Urss), dopo bruschi alti e bassi per buona parte dell'ultimo decennio del secolo scorso, a partire dalla fine degli anni

IL GIAPPONE MOSTRA UNA CRESCITA COSTANTE, CHE LO HA PORTATO A ESPRIMERE CONSUMI AGGREGATI IMPORTANTI. LA RUSSIA, DOPO BRUSCHI ALTI E BASSI PER BUONA PARTE DELL'ULTIMO DECENNIO DEL SECOLO SCORSO, A PARTIRE DALLA FINE DEGLI ANNI NOVANTA HA MOSTRATO UN TREND POSITIVO STABILE

Novanta ha mostrato un trend positivo stabile. Gli Stati Uniti e la Germania mostrano una quasi coincidenza dei valori aggregati dei consumi, cui corrispondono però, come si vedrà meglio in seguito, comportamenti individuali molto diversi. Per entrambi emerge un trend di crescita costante durante tutta la seconda metà del secolo scorso, che però volge a una stabilizzazione nel nuovo millennio. Da notare la flessione dei consumi tedeschi alla metà degli anni Ottanta, dovuta all'effetto congiunto dello scandalo del metanolo in Italia e di un episodio analogo in Austria. In tutto questo gruppo la dinamica dei consumi aggregati è largamen-

POGGI FELICE
PRODOTTI PER L'AGRICOLTURA E LA VITICOLTURA

Barbatelle
nazionali
ed estere

Via Montebello, 10
Codevilla (PV)
Tel. 0383 373026
Fax 0383 373079
email: poggifelice@libero.it

CIRCA IL REGNO UNITO SI DEVE OSSERVARE CHE, SEBBENE IN TERMINI QUANTITATIVI ESSO SIA UN MERCATO DI MEDIA DIMENSIONE, IN TERMINI DI VALORE SI COLLOCA IN POSIZIONE MOLTO SUPERIORE

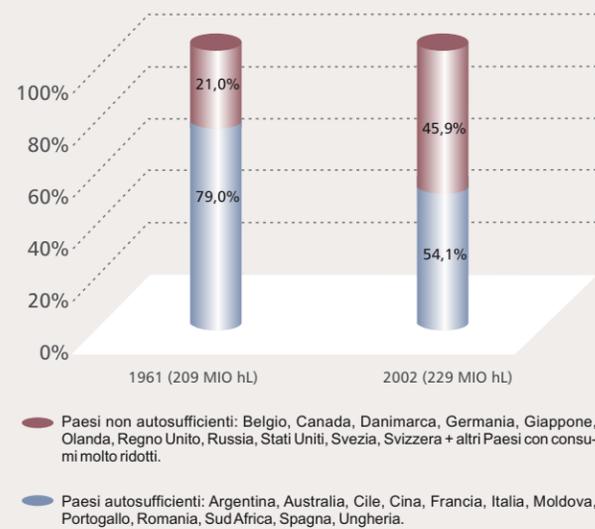
te dipendente dall'evoluzione dei consumi pro capite. Però questi ultimi sono estremamente diversificati all'interno dei singoli Paesi: in Giappone, per la novità del consumo del vino, e in Russia e Stati Uniti, per la loro vastità, che è associata a una spiccata eterogeneità di contesti climatici, agricoli e socioeconomici.

Il quadro odierno: quote di consumo e consumi pro capite

L'agire dei due modelli di evoluzione dei consumi che sono stati appena ricordati ha dunque dato luogo a una rilevante modifica della geografia dei consumi, indipendente dai confini continentali. Il peso sui consumi mondiali dei Paesi con una robusta tradizione di produzione vitivinicola, che hanno sviluppato una stabile autosufficienza nella produzione (primo e secondo gruppo), si è ridotto a vantaggio di tutti gli altri (terzo e quarto gruppo). Il grafico 7 mostra come negli anni Sessanta i Paesi che sono stati classificati come autosufficienti esprimessero circa l'80% del consumo mondiale, contro un 20% espresso da tutti gli altri, e come la quota degli stessi *autosufficienti* sia scesa a quasi il 50% all'inizio del nuovo secolo, per effetto di una riduzione di circa 45 milioni di ettolitri dei loro consumi e di una crescita complessiva di circa 60 milioni di ettolitri in tutti gli altri Paesi consumatori.

Dopo avere esaminato la dinamica dei consumi di vino nell'arco di quasi mezzo secolo e avere evidenziato i grandi cambiamenti avvenuti, è quindi opportuno caratterizzare la situazione attuale dei consumi in termini di peso dei singoli Paesi e livello dei consumi pro capite raggiunti. Il grafico 8 riporta i consumi pro capite e il consumo complessivo in tutti i Paesi considerati. La figura evidenzia che, nonostante la riduzione dei consumi aggregati e pro capite nei Paesi dove il consumo del vino ha un'antica e diffusa tradizione (primo e secondo gruppo) e il loro aumento invece negli altri, la situazione appare ancora molto differenziata.

Circa i consumi aggregati, il grafico 8 evidenzia che quattro sono i mercati di dimensione particolarmente elevata: Francia e Italia prima di tutto (14 e 13% rispettivamente) e poi Stati Uniti e Germania (10 e 9% rispettivamente). Seguono cinque mercati che si possono definire di media dimensione, con quote dal 6 al 3%: Spagna, Argentina, Cina, Regno Unito e Russia. La Cina, che come si è visto nel grafico 4 è un Paese che solo pochi anni fa non era in grado di esprimere volumi apprezzabili di consumo di vino,



Graf. 7 - Ripartizione del consumo di vino tra Paesi autosufficienti nell'approvvigionamento interno e Paesi non autosufficienti. Fonte: nostre elaborazioni su dati Oiv e Fao.

oggi appare invece tra i mercati di maggiore ampiezza. Circa il Regno Unito si deve poi osservare che, sebbene in termini quantitativi esso sia un mercato di media dimensione, in termini di valore si colloca in posizione molto superiore. I 9 mercati appena citati rappresentano complessivamente, all'inizio del nuovo secolo, il 70% del consumo; gli altri 14 Paesi analizzati in questo studio rappresentano nel loro insieme il 18% e il restante 12% si distribuisce tra almeno un centinaio di altri Paesi.

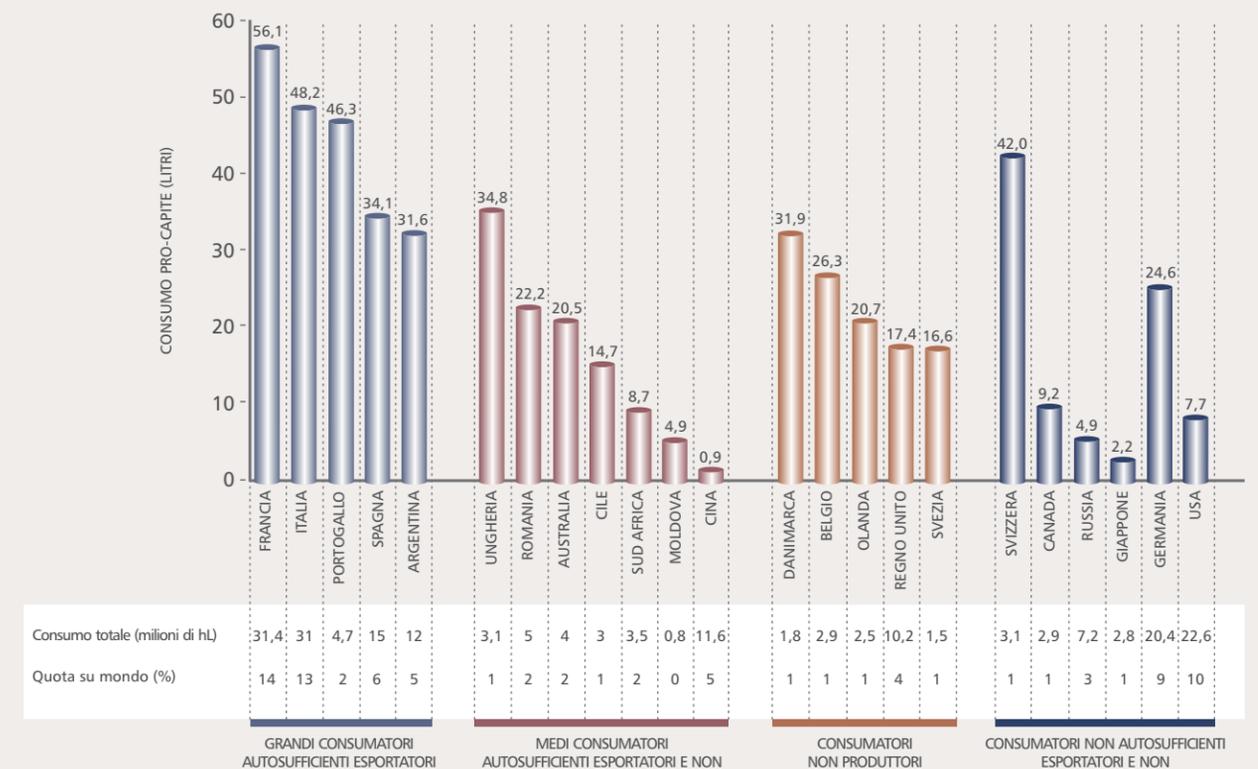
I dati sui consumi pro capite riportati nel grafico 8 evidenziano che il processo di convergenza tra Paesi nuovi e vecchi consumatori è ampiamente incompleto. I consumi pro capite più elevati si trovano ancora nel primo gruppo, oltre che in Ungheria, Paese con una diffusa e antica tradizione vitivinicola, in Danimarca e in Svizzera. In quest'ultimo il livello dei consumi pro capite così elevato può essere interpretato come la combinazione di una tradizione nazionale di produzione e consumo, di un reddito particolarmente elevato e di una presenza costante di non residenti (per turismo e affari) con un'elevata propensione alla spesa. La Danimarca si segnala invece per essere tra i Paesi non produttori quello nel quale la penetrazione del vino è risultata più profonda. Da notare nel grafico 8 sono poi i valori estremamente bassi di consumo pro capite della Cina, dove è l'ampiezza della popolazione a determinare un livello elevato di consumo aggregato, e quelli di Russia e Giappone, che prefigurano, come in Cina, interessanti potenzialità di sviluppo del mercato.

Evoluzione del ruolo del vino nel quadro dei consumi di alcol

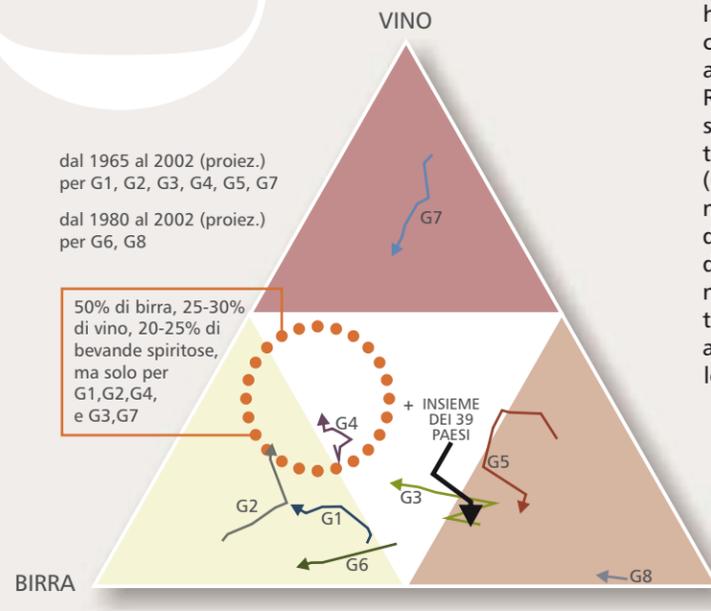
L'analisi dell'evoluzione dei consumi di vino non potrebbe essere completa senza una valutazione della dinamica dei rapporti tra consumi di vino e consumi di alcol e, più in generale, del consumo di alcol stesso. In tempi recenti è infatti maturata la convinzione tra gli studiosi che una valutazione realistica della possibilità di evoluzione del consumo di vino ne richieda una congiunta dell'evoluzione del consumo di tutte le bevande alcoliche. Ciò è determinato da due motivi. In primo luogo, se nel corso dei pasti la competizione del vino è soprattutto con l'acqua (naturale o minerale), almeno nei Paesi tradizionali consumatori, fuori dei pasti - ambito nel quale il consumo del vino si espande in tutte le aree geografiche - il vino è in diretta competizione con le altre bevande alcoliche. In secondo luogo, appare sempre più ragionevole l'ipotesi che i consumatori attuino un arbitraggio tra le diverse fonti di alcol in modo da non oltre-

SE NEL CORSO DEI PASTI LA COMPETIZIONE DEL VINO È SOPRATTUTTO CON L'ACQUA, ALMENO NEI PAESI TRADIZIONALI CONSUMATORI, FUORI DEI PASTI IL VINO È IN DIRETTA COMPETIZIONE CON LE ALTRE BEVANDE ALCOLICHE

passare la dose di alcol che considerano accettabile e tale quindi da non dare luogo a un comportamento che possa risultare non normale sotto il profilo individuale e sociale. Uno studio che ha preso in considerazione il consumo di bevande alcoliche su un arco di tempo pluridecennale in numerosissimi Paesi del mondo ha consentito di costruire la mappa riportata in figura 1 (Aigrain, 1997; 2005). Lo studio ha individuato 8 gruppi di Paesi che hanno presentato nel periodo studiato un modello d'evoluzione del consumo di alcolici comune, prendendo in considerazione 39 Paesi che, all'inizio del nuovo millennio, nel loro insieme rappresentano solo il 52% della popolazione mondiale, ma esprimono quasi il 90% del Pil e il 95% dei consumi di vino nel mondo. La figura mostra che i diversi



Graf. 8 - Consumo pro capite e totale di vino nei principali Paesi consumatori: 2002. Fonte: nostre elaborazioni su dati Oiv e Fao.



dal 1965 al 2002 (proiez.)
per G1, G2, G3, G4, G5, G7
dal 1980 al 2002 (proiez.)
per G6, G8

GRUPPO	PAESI	INCIDENZA SUL PIL	INCIDENZA SULLA POPOLAZIONE	VARIAZIONE CONSUMO ALCOL PRO CAPITE
G1	Australia, Canada, Nuova Zelanda, Stati Uniti	29%	6%	=
G2	Danimarca, Regno Unito, Irlanda, Belgio	6%	1%	+
G3	Finlandia, Norvegia, Svezia, Olanda, Polonia	3%	1%	+
G4	Germania, Austria, Svizzera, Ungheria, Lussemburgo, Rep. Ceca, Slovacchia, Uruguay	10%	10%	=/+
G5	Grecia, Romania, Bulgaria, Sud Africa, Ex Urss	3%	3%	+
G6	Brasile, Colombia, Thailandia, Turchia, Messico, Cuba	5%	5%	+
G7	Argentina, Cile, Spagna, Francia, Italia, Portogallo	13%	13%	-
G8	Cina, Giappone	21%	21%	+
TOT	Insieme dei gruppi	89%	52%	+

Fig. 1 - Evoluzione del consumo di alcol e della sua ripartizione.
Fonte: elaborazione da Aigrain, 2005.

Paesi studiati hanno manifestato nel passato specifici modelli di evoluzione della ripartizione del consumo di alcol tra le diverse bevande alcoliche e che hanno contribuito in modo molto diverso alla dinamica mondiale del consumo di alcol. Questo è cresciuto nel periodo 1980-2002, passando da 5 a 6 litri pro capite per anno, come risultato di una compensazione di aumenti e diminuzioni tra diversi gruppi di Paesi. Si può osservare che i gruppi che hanno visto crescere i consumi di alcol sono 5 (G2, G3, G5, G6 e G8), anche se quelli che per il loro peso demografico hanno contribuito in modo determinante alla crescita sono G5, G6 e G8. Questi tre gruppi di Paesi si caratterizzano

per una evoluzione della loro situazione economica, che ha visto un miglioramento del livello di vita, il quale ha condotto a un'espansione dei consumi, con conseguenze anche sul consumo dell'alcol.

Rispetto alla ripartizione dell'alcol consumato tra le diverse bevande alcoliche, in primo luogo si può osservare che tra tutti i gruppi individuati solo quello del nord Europa (G2) ha mostrato un netto aumento della quota del vino nel consumo di alcol, fenomeno che spiega l'incremento del consumo di alcol nell'area, essendo nello stesso periodo invece diminuito quello delle bevande spiritose. In generale, dall'ispezione del grafico emerge una tendenza di tutti i gruppi caratterizzati da comportamenti polarizzati a ripartire il consumo di alcol in modo più equilibrato tra le diverse fonti. Più in particolare, i gruppi G1, G2 e G4 e, in misura minore i gruppi G3 e G7, sembrano mostrare una convergenza verso un modello di ripartizione dei consumi di bevande alcoliche che vedrebbe il 50% dell'alcol consumato come birra, il 25-30% come vino e il restante 20-25% come bevande spiritose (Aigrain, 2005).

In sintesi, la figura 1 restituisce un quadro dei rapporti competitivi tra le diverse bevande che contengono alcol molto articolato e nel quale la crescita della preferenza per il vino non appare scontata. Peraltro, in molti dei Paesi nei quali il consumo del vino ha accresciuto la propria quota rispetto alle altre bevande alcoliche (G1, G2, G3, G4), le politiche contro il consumo di alcol e le contromisure delle industrie concorrenti possono compromettere non solo un eventuale ulteriore sviluppo dei consumi ma anche il loro attuale livello.

Conclusioni

L'analisi dei dati sull'evoluzione dei consumi di vino nei diversi Paesi del mondo ha mostrato come la dinamica globale sia stata il risultato della composizione di dinamiche molto differenziate. Limitatamente alla lunga fase di riduzione dei consumi mondiali, iniziata alla fine degli anni Settanta dello scorso secolo e che poi ha condotto alla stabilizzazione della seconda metà degli anni Novanta e quindi a una debole crescita, si è potuto mettere in evidenza che la diminuzione dei consumi è stata dovuta alla riduzione in tutti i Paesi tradizionali produttori e consumatori, pur in presenza di una crescita negli altri; l'incremento dei consumi in tempi più recenti appare il risultato di una stabilizzazione dei consumi nei Paesi tradizionali produttori, che si è accompagnata a un'accelerazione della crescita in quelli non tradizionali produttori. Si è potuto osservare che questa evoluzione è il risultato di marcati mutamenti nei consumi pro capite che, tuttavia, sono ancora molto diversi nel mondo, così come diverso è il modello di ripartizione del consumo di alcol tra le diverse bevande alcoliche. Il destino della dimensione quantitativa dei consumi di vino è affidato, quindi, alla loro evoluzione futura e a quella degli altri alcolici e dipende dalla misura in cui si realizzeranno le previsioni di convergenza sul modello 50% birra, 30% vino, 20% bevande spiritose. Tale prospettiva non sarebbe certamente favorevole al

consumo del vino e precluderebbe a una sua forte contrazione quantitativa. Un elemento cruciale nell'ambito di questa problematica è l'evoluzione della domanda nei Paesi tradizionali consumatori più popolosi: Italia, Francia, Spagna e Germania da sole rappresentano il 42% del consumo del vino. Cosa si può dire dell'attuale livello dei consumi in questi Paesi? La fase di riduzione strutturale può considerarsi esaurita, nel senso che il livello dei consumi raggiunto è compatibile con l'attuale stile di vita? A queste domande non è facile rispondere; certamente oggi è importante ragionare sui consumi di vino in modo non fatalista e l'industria del vino deve porsi l'obiettivo di aumenti ulteriori dei consumi, anche nei Paesi tradizionali consumatori. La percezione di alcuni dei più lungimiranti professionisti del settore è che la pressione del collettivo delle imprese sul mercato è, al di là di qualunque apparenza, del tutto insufficiente, e che un vero marketing per i consumi debba essere ancora iniziato (Meregalli, 2005; Pedron, 2005).

Lo sviluppo di un'azione ampia ed efficace a favore del consumo del vino richiede naturalmente una conoscenza della domanda ben più approfondita e tempestiva di quella oggi disponibile nella maggior parte dei Paesi. I dati sull'evoluzione dei consumi aggregati sono pubblicati con grande ritardo e, oltre a ciò, al di fuori della Francia, dove l'Onivins in collaborazione con altre istituzioni ha impostato un sistema di monitoraggio dei consumi (Ayouz, 2001), non sono disponibili dati analitici statisticamente affidabili sull'incidenza dei consumatori di vino nella popolazione, sulle loro caratteristiche demografiche e di consumo (frequenza di consumo, quantitativi, tipologie, fasce di prezzo). Inoltre, non esistono studi qualitativi affidabili sulla percezione del prodotto, sulle motivazioni d'acquisto, sulle opinioni circa il rapporto tra vino e salute. In Italia, il meritevole impegno dell'Ismea nello studio dei consumi di vino andrebbe quindi adeguatamente sostenuto.

Concludendo, si può affermare che la fase critica che il mercato del vino sta attraversando potrebbe sfociare in una perdurante grave crisi strutturale di sovrapproduzione con conseguenze pesantissime in molti Paesi produttori. La situazione è certamente tale da imporre in sede di Ue una riflessione profonda sull'aggiornamento dei meccanismi di regolazione del mercato. Al tempo stesso appare ancora più urgente porsi il problema del governo delle dinamiche di consumo, mettendo in campo prima uno sforzo di analisi e, quindi, di sviluppo e attuazione di strategie lungimiranti, specifiche per i Paesi tradizionali e nuovi consumatori, e di ampia portata, che investano i consumatori, i professionisti del vino e le istituzioni.

Bibliografia

- ALGRAIN P. (1997). La consommation de vin a l'horizon 2002 - come fraction de la consommation d'alcol, ONIVINS. Paris.
ALGRAIN P. (2005). Quelques éléments sur la consommation du vin en France, XVIII Giornata internazionale vitivinicola, Siena Maggio 2005, Oiv Enoteca Italiana di Siena, in: www.enoteca-italiana.it.
AYOUZ M.K., CIBENEL C., LAPORTE J.-P. (2001). Les déterminants de la consommation individuelle de vin en France, Cahiers d'économie et sociologie rurales, 60-61.

- DUBOS J. (2005). Viticulture and the reality of surplus production. EuroWine, 22.
MEREGALLI G. (2005). Dichiarazione di Giuseppe Meregalli nell'articolo *Costa troppo la grande crisi del vino*. Corriere della Sera, 5 settembre.
Oiv (2005a). Nota di congiuntura mondiale, marzo 2005. Organizzazione Internazionale della Vite e del Vino, in: www.oiv.org.
Oiv (2005b). Situazione e statistiche del settore vitivinicolo mondiale nel 2002. Organizzazione Internazionale della Vite e del Vino, in: www.oiv.org.
PEDRON E. (2005). Intervento alla tavola rotonda *Il consumo del vino: riflessioni sul futuro*. XVIII Giornata internazionale vitivinicola, Siena Maggio 2005, Oiv Enoteca Italiana di Siena, in: www.enoteca-italiana.it.
POMARICI E. (2004). L'evoluzione dei flussi e della domanda di vino e posizione competitiva dell'Italia, Atti della giornata di studio su "Il settore vitivinicolo in Italia, situazione e prospettive", Accademia dei Georgofili, Firenze 15 dicembre 2004.
POMARICI E. (2005). Il mercato mondiale del vino: tendenze, scenario competitivo e dualismo tra Vecchio e Nuovo Mondo. VQ, 0: 12-21.
www.fao.org

RUBINACCI Casa d'Aste



ASTA DI VINI DA COLLEZIONE

Vendita di importanti bottiglie di vino e liquori diversi
Mercoledì 19 ottobre 2005 ore 10.00 in tornata unica

ASTA DI ANTIQUARIATO

Mercoledì 19 ottobre 2005 ore 15.30 e 21.00

ASTA VARIA E DI TESSUTI

Vendita di vari arredi di epoche diverse, stoffe, tessuti, pizzi e ricami
Giovedì 20 ottobre 2005 ore 10.00 e 15.30

ESPOSIZIONE

Da venerdì 14 a martedì 18 ottobre dalle ore 10.00 alle ore 19.00
orario continuato

Cataloghi disponibili su: www.rubinacci.it

RUBINACCI CASA D'ASTE SRL

Mura dello Zerbino, 10 r. (cancello). 16122 - Genova
TEL. +39 010 8393937 - FAX +39 010 8393710 - www.rubinacci.it E-MAIL: info@rubinacci.it