



COMUNICATO STAMPA

## UNICREDIT E NOMISMA PRESENTANO “GLI ASSET CHE CREANO VALORE PER LA FILIERA VITIVINICOLA ITALIANA: MERCATI, TERRITORI E IMPRESE”

*Terza tappa del percorso di analisi sul posizionamento competitivo delle filiere agroalimentari di Nomisma-Unicredit: dopo la presentazione ai due precedenti Vinitaly del Rating della filiera vitivinicola italiana (Agri4Index) e dello scoring delle Regioni del Vino, è la volta dei Best Ambassador.*

*Attraverso un originale processo di assessment sono state individuate e premiate 8 Imprese Best Ambassador che 1) si sono distinte per percorsi di sostenibilità, innovazione, internazionalizzazione 2) hanno contribuito attivamente a rafforzare la distintività sui mercati 3) rappresentano un volano per l'attrattività dei territori in cui operano*

Verona, 2 aprile 2023 - Arriva alla tappa finale il percorso di analisi sul posizionamento competitivo delle filiere agroalimentari avviato da **Unicredit** e **Nomisma**, che dopo aver presentato a Vinitaly 2021 e 2022 rispettivamente il super-indice Agri4Index dedicato al rating della filiera vitivinicola italiana rispetto ai competitor europei e lo scoring delle Regioni del Vino, in questa occasione ha identificato **8 imprese Best Ambassador del vino italiano**.

Attraverso la declinazione a livello aziendale dell'approccio metodologico utilizzato per le fasi precedenti (rating di filiera e scoring delle regioni del vino) e mediante un originale processo di *assessment* che ha preso in considerazione oltre 90 indicatori collegati, tra le altre cose, ad investimenti in sostenibilità ambientale e sociale, digitalizzazione, internazionalizzazione, *premiumisation*, *brand reputation* e valorizzazione territoriale, si è giunti all'identificazione di 8 Best Ambassador tra le imprese che hanno partecipato a tale valutazione e che hanno ricevuto l'Unicredit Wine Award.

L'evento di oggi ha visto l'intervento introduttivo e la consegna dell'Unicredit Wine Award da parte di **Remo Taricani** (Deputy Head of UniCredit Italia) e la presentazione dello studio a cura di **Denis Pantini** (Responsabile Agroalimentare e Wine Monitor di Nomisma); sono poi seguiti due interventi sullo scenario evolutivo del quadro di regolamentazione e di mercato, il primo da parte di **Paolo De Castro** (Europarlamentare e Presidente Comitato Scientifico di Nomisma) e il secondo da **Sandro Boscaini** (Presidente di Masi Agricola spa).

Dichiara **Remo Taricani, Deputy Head di UniCredit Italia**: *“L'analisi pluriennale UniCredit-Nomisma ci ha permesso di individuare punti di forza e aree di miglioramento del mondo vitivinicolo italiano, un'eccellenza del Made in Italy che già oggi sosteniamo con impieghi per 900 milioni di euro. Nel concreto, se da un lato siamo intervenuti con misure straordinarie per fare fronte alla complessa contingenza dei mesi scorsi, come il plafond da 1 miliardo di euro per la liquidità delle aziende agricole, dall'altro non abbiamo smesso di lavorare a fianco delle imprese per individuare nuove soluzioni per competere con successo sui mercati globali. Penso per esempio al Basket Bond di filiera, l'iniziativa congiunta con CDP che ci ha portato a strutturare ed emesso 12 minibond per un controvalore di Eur 67 mln, di cui 8 nello specifico settore del Vino, o all'acceleratore FoodSeed da noi recentemente costituito, insieme a CDP e Fondazione Cariverona, per sostenere le startup operanti nel Food e AgriTech”*

**Denis Pantini, Responsabile Agroalimentare e Wine Monitor di Nomisma**, commenta: *“In uno scenario di consumi di vino in continuo movimento tra le diverse aree del mondo, il tema di come dare più valore alla filiera vitivinicola italiana e attraverso quali asset diventa sempre più fondamentale per garantire una continuità futura alle imprese del settore. Una premiumisation dei propri vini che le aziende italiane hanno*

*indubbiamente messo in atto nel corso degli anni ma che ancora evidenziano dei gap di posizionamento rispetto ad alcuni competitor, primo fra tutti la Francia”.*

E parlando di scenari evolutivi, in particolare sul fronte del quadro normativo, **Paolo De Castro, europarlamentare e Presidente del Comitato Scientifico di Nomisma** ricorda: *“Dopo la nuova PAC e il Green Deal che chiedono al settore agricolo e vitivinicolo un maggior impegno verso la sostenibilità ambientale, il vino si trova oggi al centro dell’attenzione delle politiche di salute pubblica. Anche per questo motivo, la riforma del sistema delle indicazioni geografiche assume una rilevanza strategica perché più il settore vitivinicolo sarà in grado di stare all’interno di coalizioni con altri comparti dell’agroalimentare europeo più avremo strumenti di difesa dalle crescenti iniziative che vogliono relegarlo a un ruolo sempre più marginale delle politiche europee, quando non addirittura escluderlo”.*

Queste le aziende premiate:

- **G.D. Vajra (Piemonte):** Cantina da sempre legata alle tradizioni e al territorio di appartenenza, capace nel tempo di affermarsi con prodotti che hanno raggiunto livelli qualitativi sempre più elevati. È proprio quest’ultimo punto ha portato Vajra in cima alla classifica piemontese dell’UniCredit Wine Award: investimenti in vigna e in cantina, assieme al rafforzamento della presenza sui mercati internazionali, hanno reso evidente un percorso di premiumization distintivo. Menzione di merito anche all’attenzione nei confronti della Sostenibilità ambientale e sociale, che permette di mantenere e migliorare negli anni il posizionamento dei propri prodotti.
- **Az. Agr. G. Ricci Curbastro e Figli S.s. Società Benefit (Lombardia):** Innovazione e sostenibilità le parole d’ordine che hanno portato l’azienda a vincere il premio UniCredit Wine award. Dal 2017 è tra le prime nove aziende in Italia, prima in Lombardia, certificata come “Azienda Sostenibile” secondo lo standard Equalitas per il proprio impegno sotto il profilo ambientale, economico e sociale. Significativo l’incremento degli investimenti negli ultimi 3 anni e rosee le previsioni di crescita per il futuro.
- **Masi Agricola S.p.A. (Veneto):** Il premio UniCredit Wine Award vuole valorizzare Masi perché il suo livello di awareness e reputation presso il consumatore italiano e internazionale hanno contribuito a rafforzare il posizionamento dell’Amarone e in generale dei vini Made in Italy nel mondo. Distintività sui mercati e posizionamento di prezzo sono dunque i fattori che maggiormente hanno contribuito a portare in alto il nome di Masi nella classifica dell’Unicredit Wine Award.
- **Azienda vinicola Umami Ronchi S.p.A. (Marche):** I risultati dell’UniCredit Wine Award fanno emergere come l’azienda sia tra le più alte nella classifica dei best ambassador per il vino italiano, punteggio totale trainato soprattutto dal dominio che misura il contributo dell’azienda alla valorizzazione del territorio. L’azienda si è distinta inoltre per una elevata propensione all’export oltre ad una buona reputation/awareness presso il consumatore.
- **Spinelli S.r.l. (Abruzzo):** L’azienda vince l’UniCredit Wine Award perché si è distinta per un elevato valore degli indicatori relativi a digitalizzazione e innovazione ma anche per una significativa presenza nei mercati emergenti.
- **Feudi di San Gregorio Società Agricola S.p.A. (Campania):** Dai risultati dell’analisi di Nomisma Wine Monitor è risultata una delle aziende che più si sono distinte per un percorso di premiumization e internazionalizzazione. Ottimo punteggio anche nell’ambito della sostenibilità, ambientale ma anche economica e sociale.
- **Aziende agricole Planeta (Sicilia):** L’impegno nel sociale ma anche tutte le iniziative nel campo della sostenibilità, in primis quella ambientale, con un impegno profuso nella tutela del paesaggio, la bioarchitettura, l’utilizzo di energie rinnovabili, fanno di Planeta una delle aziende best ambassador del vino italiano.

- **Cavit s.c.- Trento (Trentino-Alto Adige):** UniCredit e Nomisma Wine Monitor hanno voluto premiare Cavit per un particolare progetto intrapreso dall'azienda, espressione della propensione all'innovazione e della tecnologia in vigna: il progetto PICA. PICA è acronimo di Piattaforma Integrata Cartografica Agriviticola ed è una delle più avanzate piattaforme tecnologiche in Italia per l'implementazione di una viticoltura di precisione, intelligente ed eco-sostenibile.

Indagine UniCredit-Nomisma: Gli asset che creano valore per la filiera vitivinicola italiana

Dall'indagine UniCredit-Nomisma presentata durante la giornata è emerso che Le imprese rappresentano un asset strategico per il valore della filiera vitivinicola italiana. Negli anni si sono evolute per rispondere alle continue sfide del mercato, generando valore non solo per sé stesse ma anche per i territori in cui sono inserite. Il record "sfiorato" degli 8 miliardi di euro di export del 2022 è il risultato di un riposizionamento qualitativo del portfolio vini venduti oltre i confini nazionali che in dieci anni ha visto scendere i volumi di vino sfuso dal 31% del 2012 al 19% del 2022 e contestualmente crescere quelli di spumanti dal 9% al 24%. Nello stesso tempo, **l'export del vino italiano è cresciuto** – a valore – di **quasi l'80% verso i mercati del Nord America e dell'Asia**, riducendo così il peso di quelli europei, più "facili" da raggiungere ma spesso meno profittevoli.

Oltre a questo e ad indubbi investimenti sulla qualità finale del prodotto, ad un maggior presidio diretto dei mercati, ad una miglior segmentazione/differenziazione e a strategie multicanale, **il prezzo medio all'export del vino italiano è aumentato di oltre il 60%**, con punte superiori nel caso dei rossi fermi toscani e piemontesi.

Tali sforzi portati avanti dai produttori hanno permesso un posizionamento più alto per il vino italiano che oggi ci pone, rispetto ai competitor, a +60% nel prezzo medio all'export rispetto al vino spagnolo e +39% nei confronti di quello cileno. Ma è il -40% rispetto a quello francese (purtroppo la stessa differenza di dieci anni fa) che ci ricorda come non ci si debba cullare sugli allori.

I gap da chiudere sono diversi. Per alcune regioni vinicole il peso dei vini generici (la tipologia che nelle vendite in GDO ha perso più del 15% a volumi in appena 5 anni) è ancora elevato: rispetto ad una media nazionale del 16% calcolata sulla produzione totale in quantità, nel Lazio tale incidenza raddoppia, arriva oltre il 40% in Emilia Romagna e Abruzzo e supera il 60% in Puglia.

E se le **imprese del Sud Italia sono quelle che hanno mostrato una maggior dinamicità nell'export** dell'ultimo decennio (quelle di Abruzzo, Puglia e Campania in particolare con crescite tra l'80% e il 100% rispetto ad una media nazionale del 65%), **sono invece quelle del Centro-Nord ad evidenziare un maggior attivismo sui social per accrescere awareness e brand reputation presso i consumatori**: il 64% delle imprese (tra le top 500 per fatturato) che utilizzano almeno 4 social (facebook, instagram, twitter e linkedin) sono situate al Nord, con quelle del Piemonte, Veneto e Trentino Alto Adige a vantare tra i 10 e i 16 mila followers medi per azienda, anche se il record spetta alle imprese vinicole toscane con quasi 37 mila followers.

#### L'assessment

Il percorso di assessment che ha individuato i best ambassador del vino italiano ha preso in considerazione oltre 90 indicatori ottenuti attraverso l'analisi dei bilanci aziendali, dei siti web e delle principali guide di settore nonché dalla somministrazione di un questionario rivolto alle aziende che hanno partecipato alla valutazione (circa 150). Tali indicatori hanno riguardato diversi ambiti collegati al posizionamento di mercato, all'internazionalizzazione, agli investimenti in sostenibilità e digitalizzazione, alla premiumisation dei propri vini, ad interventi per la valorizzazione sociale e territoriale, allo sviluppo della brand reputation.

#### **UniCredit Media Relations**

e-mail: [mediarelations@unicredit.eu](mailto:mediarelations@unicredit.eu)

#### **Ufficio stampa Nomisma – [ufficiostampa@nomisma.it](mailto:ufficiostampa@nomisma.it)**

Edoardo Caprino – 339 5933457

Giulia Fabbri – 345 6156164