



Falanghina: offerta e posizione competitiva

Eugenio Pomarici, Silvia Raia

**Dipartimento di Economia e Politica Agraria
Università degli Studi Federico II di Napoli**

Sommario della presentazione

- **Premessa**
- **Il potenziale produttivo della Falanghina in Campania e sua utilizzazione**
- **La Falanghina nei consumi domestici in Italia (*)**
- **Prospettive di valorizzazione**

***: segmento relativamente facile da studiare**

Premessa

- **La Falanghina è un vitigno strategico per l'offerta vitivinicola campana: è il vitigno bianco storico di maggiore estensione e le sue potenzialità nel contribuire alla crescita di un'offerta qualificata sono ben lungi da essere esaurite**
- **Dopo la brillante intuizione dell'azienda Mustilli e un periodo di crescente successo (anni '90), durante il quale i produttori hanno saputo sfruttare la felice congiuntura del mercato del vino, la penetrazione sul mercato dei vini varietali da Falanghina mostra nel nuovo millennio accelerazioni e rallentamenti della sua crescita**
- **Risulta quindi opportuno, nell'interesse dei produttori di Falanghina e di tutto il settore vitivinicolo campano, comprendere la posizione competitiva della Falanghina per individuare strategie efficaci di sviluppo dell'offerta.**

1. Il potenziale produttivo della Falanghina in Campania e sua utilizzazione

**Dati
Censimento**

<i>Superficie a Falanghina in Campania (ha)</i>				
	vino DOC	vino da tavola	totale	%DOC/tot
1990	17,47	622,58	640,05	2,73
2000	579,80	979,64	1559,44	37,18
<i>Ripartizione per provincia (anno 2000)</i>				
AV	0	14,06	14,06	0
BN	443,55	554,93	998,48	44,42
CE	31,52	70,30	101,82	30,96
NA	93,66	309,83	403,49	23,21
SA	11,07	30,52	41,59	26,62

Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT

Superfici in crescita in diverse province!!! Ormai primo vitigno bianco in Campania

Produzione DOC

Utilizzazione del potenziale vinicolo dei vini Falanghina a denominazione d'origine				
Denominazione	Produzione effettiva (hl)			
	2001	2002	2004	2005
Sant'Agata dei Goti Falanghina	745	1.039		
Guardia Sanframondi Falanghina	2.403	2.815		
Sannio Falanghina	13.524	15.878		
Solopaca Falanghina	3.130	1.436		
Taburno Falanghina	3.681	5.770		
Campi Flegrei Falanghina	8.561	9.475	10.782	10.909
Capri Bianco Falanghina	441	98	367	216
Falerno del Massico Bianco	1.122	1.360	1.277	1.418
Galluccio Bianco	770	1.013	998	1.127
Totale	34.377	38.884		
Fonte: ns. elaborazioni su dati FederDoc				

Sintesi sulla produzione di Falanghina

- Produzione potenziale di Falanghina varietale: 110.000 / 120.000 hl
- Produzione DOC: circa 30%
- Produzione IGT: circa 30% (stima azzardata)
- Falanghina in uvaggi o venduta come vino da tavola: circa 40%
- Destinazione: prevalentemente mercato regionale e nazionale

2. La Falanghina nei consumi domestici in Italia (analisi sul Panel Consumatori Nielsen)

Evoluzione recente delle vendite per consumi domestici: totale

- **Variazione 2004/2005**
 - Volume: + 32%
 - Valore: + 37%
- **Variazione 2005/2006**
 - Volume: + 2%
 - Valore: - 2%

Evoluzione recente delle vendite per consumi domestici: rapporto DOC /IGT

Incidenza DOC su DOC + IGT

- Volume

- 2005: 54%

- 2006: 41% 

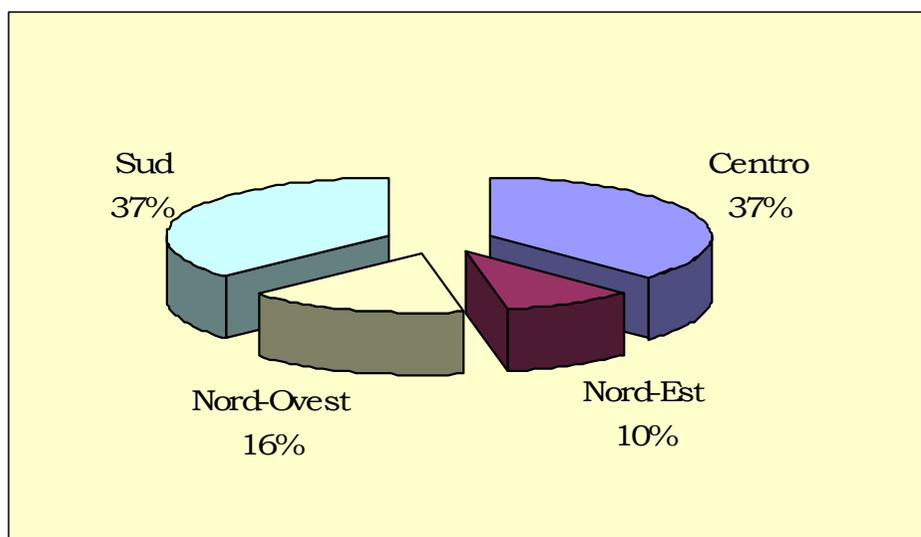
- Valore

- 2005: 63%

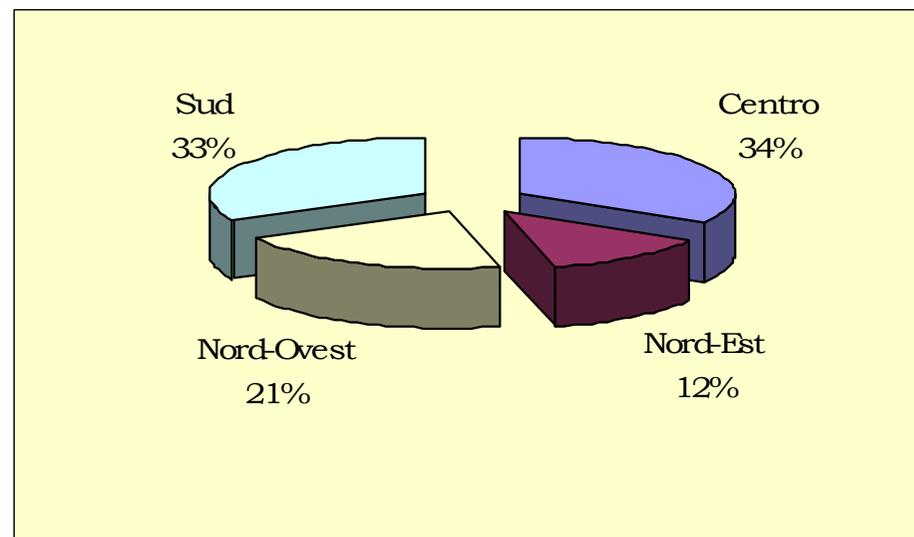
- 2006: 49% 

Ripartizione delle vendite di Falanghina per circoscrizione (2006)

In quantità



In valore



Valore unitario:

più basso al Sud: 3,19 €/bot.

più alto Nord-Ovest: 4,81€/bot

Notevole diffusione nazionale:

maggiore dell'aggregato Campania

Ripartizione in volume del totale vini bianchi e del totale Falanghina per classi di prezzo (2006)

Quote	<2,11 €	2,11 € - 4,47 €	4,47 € - 10 €	> 10 €
Bianchi ITA	68,5%	22,0%	8,9%	0,6%
Falanghina	0,0%	23,9%	76,1%	0,0%

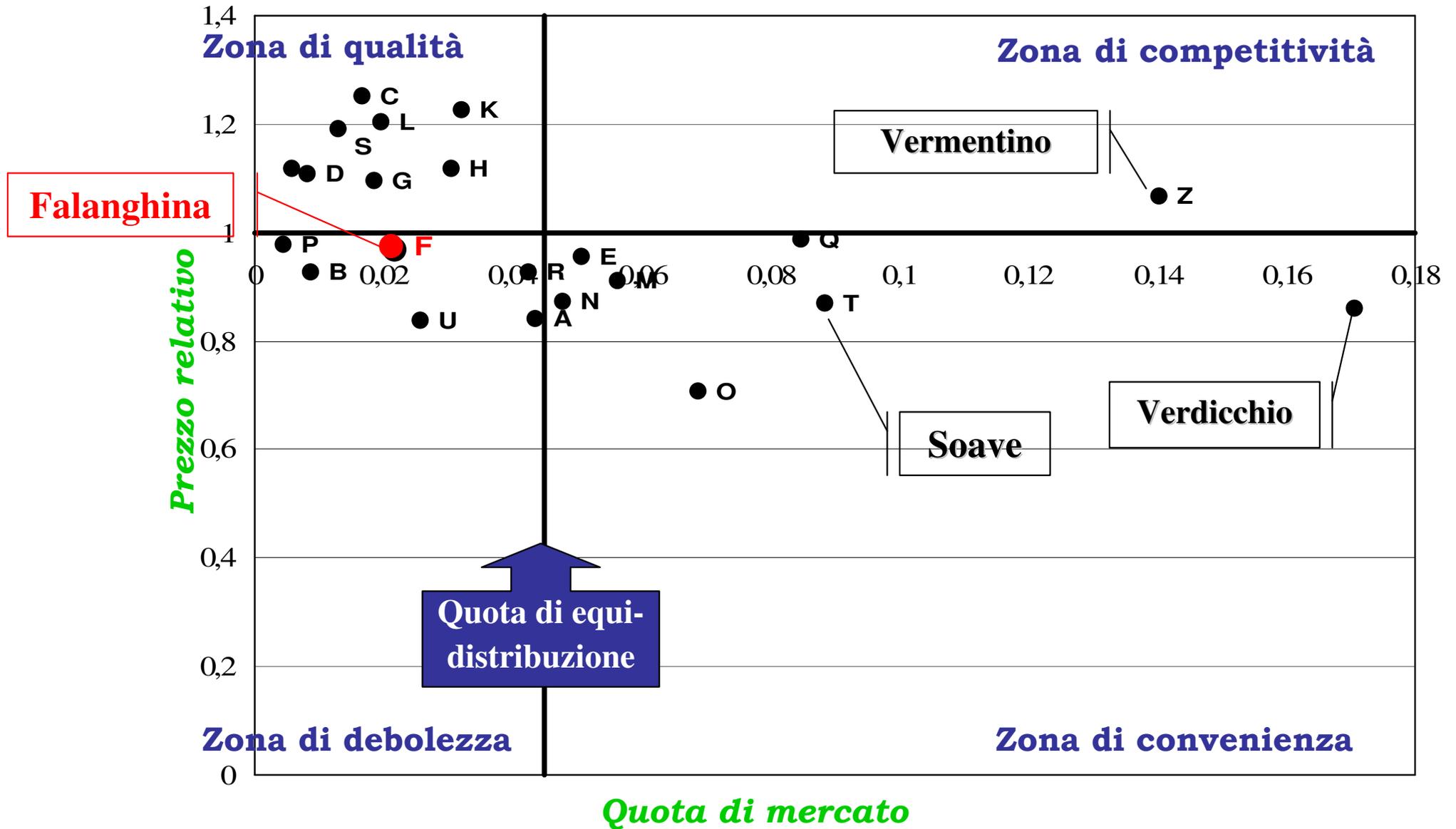
Ripartizione in valore del totale vini bianchi e del totale Falanghina per classi di prezzo (2006)

Quote	<2,11 €	2,11 € - 4,47 €	4,47 € - 10 €	> 10 €
Bianchi ITA	41,2%	32,6%	22,8%	3,3%
Falanghina	0,0%	14,3%	85,7%	0,0%

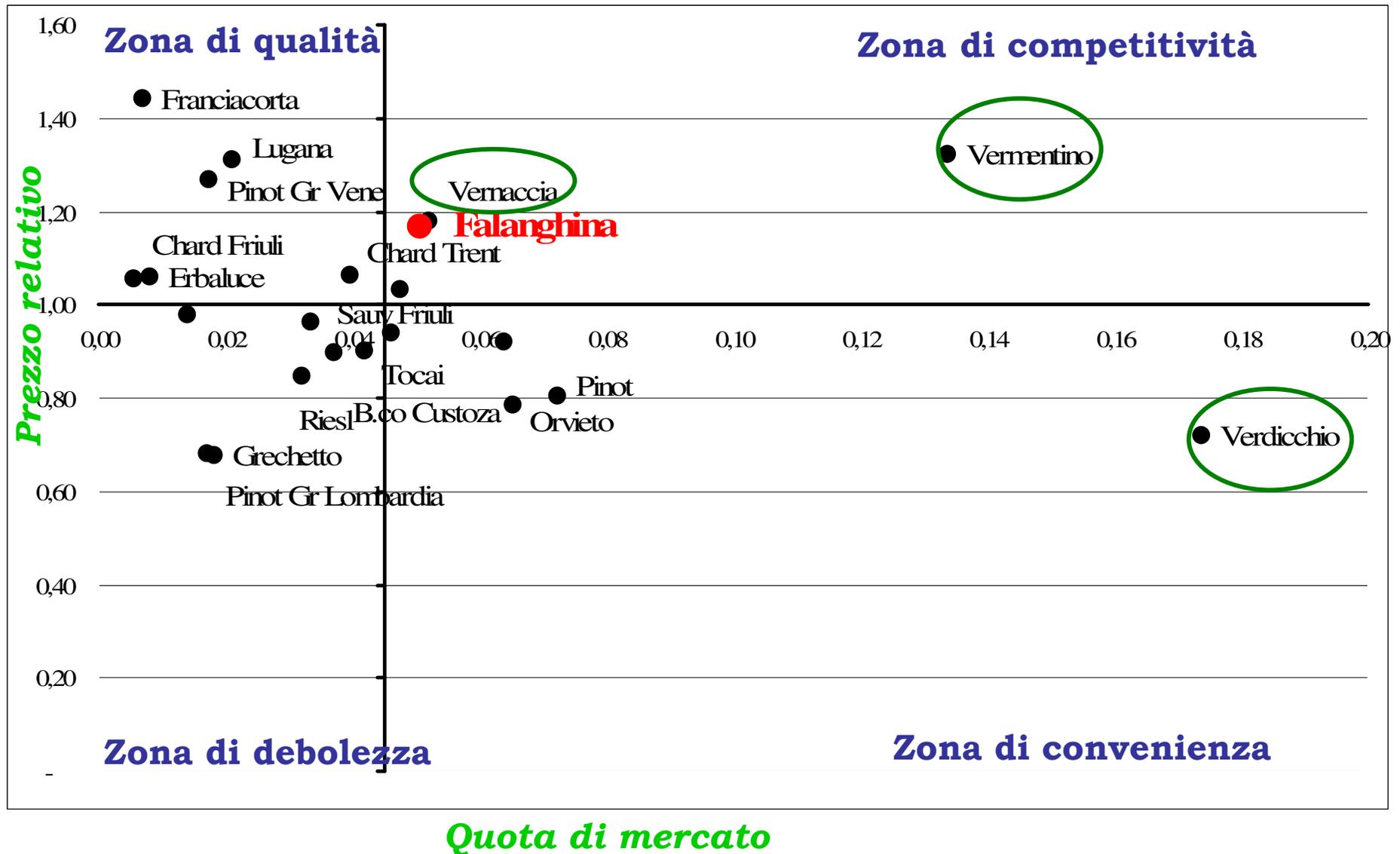
Analisi di competitività con il modello Simcop nel segmento Popular Premium (confronto 2002-2006):

- sintesi delle informazioni su quote in volume e prezzi per l'analisi della situazione competitiva nei diversi mercati mediante **mappa competitiva** che si costruisce posizionando i diversi prodotti concorrenti su un piano le cui coordinate dalla quota di mercato nell'arena competitiva di riferimento e dal prezzo relativo.
- determinazione di gerarchie di competitività mediante **l'indice di competitività specifica (ICS)** della Falanghina rispetto ai competitors
- Analisi effettuata sul segmento **popular premium** in quanto segmento nel quale sono possibili i maggiori incrementi in volume

Mappa di competitività dei vini Falanghina di fascia medio-bassa (2002)



Mappa di competitività dei vini Falanghina di fascia medio-bassa (2006)



ICS

Indice di competitività specifica

2002	VINI	ICS _F	2006	VINI	ICS _F
+	Vermentino	14,81	+	Vermentino	3,84
	Pinot Grigio Veneto	4,16		Verdicchio	1,79
	Verdicchio	3,85		Vernaccia	1,02
	Soave	2,76		Falanghina	1
	Est Est Est	2,27		Soave	0,97
	Malvasia	2,22		Pinot Bianco	0,96
	Vernaccia	2,19		Malvasia	0,84
	Riesling	1,8		Orvieto	0,79
	Orvieto	1,78		Est Est Est	0,75
	Galestro	1,76		Chardonnay Trentino	0,73
	B.co di Custoza	1,54		Tocai	0,66
	Pinot Bianco	1,45		B.co di Custoza	0,6
	Lugana	1,13		Sauvignon Friuli V. G.	0,58
	Tocai	1,01		Riesling	0,51
	Falanghina	1		Lugana	0,44
	Franciacorta	0,97		Pinot Grigio Veneto	0,36
	Chardonnay Trentino	0,95		Galestro	0,27
	Sauvignon Friuli V. G.	0,69		Grechetto	0,22
	Erbaluce	0,41		Pinot Grigio Lombardia	0,22
	Chardonnay Friuli V.G.	0,4		Erbaluce	0,16
	Grechetto	0,29		Franciacorta	0,14
-	Pinot Grigio Lombardia	0,21	-	Chardonnay Friuli V.G.	0,11

Indice di competitività specifica della Falanghina rispetto agli altri vini										
		2002				2006				Legenda
Prodotti		ICS _F	Dv	Dp	PC	ICS _F	Dv	Dp	PC	ICS _F : Indice di Competitività specifica: misura il grado di competitività dei prodotti rispetto alla Falanghina ICS<1: competitività di F
B.co di Custoza		1,54	-0,51	-0,16	D.pr	0,60	0,37	-0,30	C.a	
Chardonnay Friuli V.G.		0,40	1,44	-0,05	C.a	0,11	7,85	-0,11	C.a	
Chardonnay Trentino		0,95	0,28	0,22	C.pr	0,73	0,27	-0,10	C.a	
Erbaluce		0,41	1,56	0,12	C.pr	0,16	5,17	-0,10	C.a	
Est Est Est		2,27	-0,58	-0,02	D.pr	0,75	0,12	-0,22	C.a	
Falanghina		1,00	0,00	0,00		1,00	0,00	0,00		
Franciacorta		0,97	0,14	0,11	C.pr	0,14	6,13	0,19	C.pr	
Galestro		1,76	-0,31	0,13	D.a	0,27	2,56	-0,21	C.a	
Grechetto		0,29	2,57	0,13	C.pr	0,22	3,39	-0,09	C.a	
Lugana		1,13	0,08	0,19	D.q	0,44	1,41	0,11	C.pr	
Malvasia		2,22	-0,62	-0,07	D.pr	0,84	0,06	-0,13	C.a	
Orvieto		1,78	-0,55	-0,12	D.pr	0,79	-0,22	-0,48	C.qu	
Pinot Bianco		1,45	-0,69	-0,38	D.pr	0,96	-0,13	-0,16	C.qu	
Pinot Grigio Lombardia		0,21	3,81	0,00	C.pr	0,22	1,95	-0,72	C.a	
Pinot Grigio Veneto		4,16	-0,75	0,01	D.a	0,36	1,89	0,08	C.pr	
Riesling		1,80	-0,50	-0,05	D.pr	0,51	0,69	-0,29	C.a	
Sauvignon Friuli V. G.		0,69	0,63	0,18	C.pr	0,58	0,52	-0,21	C.a	
Soave		2,76	-0,76	-0,12	D.pr	0,97	-0,28	-0,32	C.qu	
Tocai		1,01	-0,18	-0,17	D.pr	0,66	0,29	-0,22	C.a	
Verdicchio		3,85	-0,88	-0,14	D.pr	1,79	-0,58	-0,14	D.pr	
Vermentino		14,81	-0,85	0,08	D.a	3,84	-0,62	0,12	D.a	
Vernaccia		2,19	-0,34	0,20	D.a	1,02	0,11	0,14	D.qu	

Dv: misura lo scostamento dalla parità tra le vendite della Falanghina e del prodotto J, è > 0 se la Falanghina vende di più, < 0 se vende meno

Dp: misura lo scostamento dalla parità tra i prezzi dei due prodotti, restituendo valore positivo se la Falanghina costa meno

PC: indica la posizione competitiva della Falanghina rispetto al concorrente

D.pr: debolezza da prezzo

C.a: competitività assoluta

D.a: debolezza assoluta

C.pr: competitività da prezzo

D.q: debolezza da qualità

Competitività dei vini Falanghina popular premium (1)

Nel 2002

- Falanghina collocata nella mappa competitiva nella dona di debolezza
- La Falanghina in **16a** posizione nella classifica di competitività specifica
- Falanghina PP debole per quota di mercato e soprattutto prezzo rispetto alla maggior parte dei concorrenti

Nel 2006

- Falanghina collocata nella mappa competitiva nella dona di competitività
- La Falanghina in **5a** posizione nella classifica di competitività specifica
- Falanghina PP forte per quota di mercato e prezzo rispetto al **50%** dei concorrenti

3. Prospettive di valorizzazione

Elementi di riflessione

- Specializzazione/diversificazione
- Selezione dei mercati
- Questioni critiche da risolvere

Specializzazione/diversificazione

- La dinamica del mercato, nazionale e internazionale, premia i *popular premium*
- I segmenti superiori continueranno ad avere una crescita anche se modesta in termini assoluti ma saranno fortemente contesi
- La Falanghina ha un potenziale produttivo ampio e dimostra di potersi esprimere bene su un'ampia gamma di pregio
- La critica nazionale e internazionale (Decanter) riconosce possibilità di avere Falanghine di alto pregio

Occorre pertanto lavorare per uno sviluppo della Falanghina dai *popular premium* in su

Selezione dei mercati

- **Il mercato regionale è tendenzialmente saturo**
- **La crescita dell'offerta di Falanghina deve necessariamente trovare spazio nel mercato nazionale e internazionale, con attenzione ai nuovi mercati**

Necessario quindi realizzare le condizioni perché questo sia possibile

(oggi il 20% della Falanghina varietale è commercializzata da operatori non campani.....)

Composizione e variazioni dell'export italiano di vino

(valori in migliaia di euro; quantità in tonnellate)

Categorie vini	Volumi					Valori				
	2000		2006		TVMA3	2000		2006		TVMA3
	hl x 10	%	hl x 10	%		€x 1.000	%	€x 1.000	%	
<i>Vini</i>	1.804.910	100,0	1.823.739	100	0,2	2.438.568	100,0	3.139.244	100	4,8
Vini Spumanti ¹	91.201	5,1	104.565	6	2,4	174.674	7,2	254.424	8	7,6
Totale Vini in confezioni <2l	753.225	41,7	922.402	51	3,7	1.761.348	72,2	2.348.394	75	5,6
Totale Vini in confezioni >2l	849.410	47,1	645.757	35	-4,0	339.230	13,9	255.807	8	-4,1
Totale Vini rossi e rosati	987.643	54,7	826.128	45	-2,7	1.426.528	58,5	1.577.775	50	1,8
Totale Vini bianchi	614.991	34,1	742.031	41	3,4	674.049	27,6	1.026.426	33	8,7
VQPRD rossi < 13 % conf. <2l	295.883	16,4	249.632	14	-2,6	838.202	34,4	864.846	28	0,5
VQPRD bianchi < 13 % conf. <2l	159.106	8,8	130.323	7	-3,0	350.547	14,4	327.968	10	-1,1
Vini tavola rossi < 13 % conf. <2l	159.740	8,9	232.320	13	7,6	262.166	10,8	414.425	13	9,7
<2l	118.584	6,6	250.563	14	18,5	196.685	8,1	459.887	15	22,3

1) Include solamente la categoria degli spumanti e non anche champagne e vini frizzanti.

2) Esclusi champagne, spumanti, vini frizzanti e altri vini (liquorosi).

3) Tasso di Variazione Medio Annuale.

Nota: Nel totale vino sono comprese tutte le categorie di vino esclusi mosti di uva, fecce, tartaro, greggio (vedere file "nomenclatura per tabella flavio-pomario")

Fonte: ns. elaborazioni su banche dati ICE



- la questione ricerca: enologia varietale, per Falaghine che si esprimano bene in tutte le fasce di prezzo senza sciupare quanto costruito (per ridurre i costi.....)
- la questione territorio: presidio, valorizzazione, fruibilità
- la questione tracciabilità: trasparenza, fiducia (intra e inter....). OCM? Nuova 164?
- la questione istituzionale/strutturale:
 - professionalizzazione della valorizzazione (costruire il brand Falanghina/Campania)
 - integrazione, networking.
 - OCM?...