Il vino nell'horeca sempre più nelle mani dei distributori

scritto da Fabio Piccoli | 4 Maggio 2023



Dopo il lungo periodo di pandemia, ho avuto la fortuna di ritornare nei giorni scorsi come relatore alla convention di **CDA – Consorzio distributori alimentari**, l'associazione italiana che riunisce un centinaio delle migliori imprese operanti nel settore della distribuzione di bevande e prevalentemente focalizzate sul mercato horeca (con una vendita di vini nel 2022 di circa 21 milioni di litri per un valore vicino ai 100 milioni di euro) – che mi ha consentito di avere un **osservatorio privilegiato su come si sta muovendo il vino italiano all'interno del canale horeca.**

E quando parliamo di horeca, è bene ricordarsi che **nel nostro Paese questo canale conta circa 335.000 punti di consumo che**

sono coinvolti a vari livelli nella vendita di vino.

Ed oggi, in questo periodo post pandemico, è quanto mai prezioso osservare le dinamiche dell'horeca anche per comprendere **quanto sia importante il mercato del vino in Italia**. A quest'ultimo riguardo, va sottolineato come, tra le tante conseguenze negative derivanti dall'emergenza Covid (dal conflitto russo-ucraino al drammatico rincaro delle materie prime), vi sia quella positiva di **aver ripreso a considerare strategico il mercato italiano.**

Purtroppo, **il canale horeca è poco monitorato** e pertanto le informazioni che arrivano dal mondo dei distributori sono decisamente importanti.

Quando parliamo di horeca, dobbiamo tenere a mente che **si tratta di un mondo decisamente segmentato** che implica di conseguenza strategie di approccio diverse per la vendita di vino. Ci troviamo di fronte, ad esempio – come ha evidenziato **Alberto Scola, responsabile di Progettica,** una delle società di consulenza tra le più autorevoli nell'analisi e nell'approccio al canale horeca – a **112.000 ristoranti e a 137.000 bar**, ma sono molto interessanti anche i **4.000 punti di consumo delle catene emergenti di ristorazione** (una tendenza molto importante nel nostro Paese) o le **3.000 imprese di banqueting e catering**. E, a proposito di quest'ultima categoria, considerando che in Italia – come ha sottolineato **Bruno Berni**, uno dei più autorevoli analisti delle dinamiche di consumo di prodotti agroalimentari del nostro Paese – oggi si svolgono più di 200.000 matrimoni, 350.000 feste di laurea, oltre 400.000 battesimi, senza parlare di cresime e comunioni, **si comprende facilmente quante occasioni di consumo potenziale di vino ci siano solo nel nostro Paese.**

Complessivamente, **l'horeca vale un fatturato di 90 miliardi di euro, di cui circa 66 miliardi sono legati a ristoranti e bar.**

Ma chi sono oggi i principali fornitori dell'horeca per

l’acquisto di materie prime e di prodotti (compreso il vino)? Senza ombra di dubbio **i distributori che, sempre secondo i dati presentati da Progettica, rappresentano ben il 77,5% degli acquisti da parte degli operatori dell’horeca**. Oltre loro troviamo il cash&carry e gli Iper, con il 9,3%, mentre il “produttore direttamente” rappresenta solo il 6,1%.

Sempre secondo l’analisi di Progettica, **nel 2022 l’universo di 2.000 grossisti ha realizzato un fatturato di circa 6,4 miliardi di euro (di cui il 74% frutto delle loro vendite all’horeca)**. Di quelli da loro monitorati, 1.014, il fatturato è stato di oltre 4,7 miliardi di euro, di cui l’80% realizzato nel canale horeca.

E **quanto incide il fatturato vino per i grossisti italiani**? Quasi il 16%, superiore alle birre confezionate (15%), ma inferiore a birre in fusto (21,3% e spirits (16,6%). Confrontando il dato 2022 con il 2019, però, **il vino è cresciuto del 19,2%, molto più di birra confezionata (+3,1%) e birra in fusto (+2,2%).**

Ascoltando la voce dei distributori, ho avuto la netta sensazione che **il vino stia diventando per loro un asset sempre più importante**: non a caso, rispetto alla convention del 2019 di CDA, quasi tutti i loro soci si sono dotati di un “uomo vino”, consapevoli che maggiore è la loro competenza sul fronte enologico, superiore sarà la loro capacità di vendita.

Leggendo i dati presentati da CDA, **il vino sta erodendo quote, in particolare, alla birra, mentre impressionante è la crescita degli spirits** trainati (ormai da alcuni anni) dal fenomeno della mixology, che sta coinvolgendo sempre di più le generazioni più giovani. I liquori, infatti, sempre all’interno del mondo dei grossisti, sono cresciuti di quasi il 38% sia rispetto il 2019 che il 2021.

Interessante evidenziare come, sempre dai dati presentati da Progettica, **il valore totale del vino nel canale horeca nel**

2022 è stato di oltre 753 milioni di euro per un volume di circa 1,5 milioni di hl. Ma ancor più importante rilevare l'evoluzione del valore a collo (cartone da 6 bottiglie da 0,75 l) del vino confezionato, passato da 27,74 euro del 2018 a 30,88 euro del 2022. Tradotto, significa che si è passati da un valore medio di bottiglia acquistata dall'horeca attraverso un grossista di 4,6 euro nel 2018 a 5,2 euro nel 2022.

Un dato che sale ulteriormente se osserviamo i dati specifici degli 85 distributori inseriti all'interno di CDA che, nel 2022, **hanno registrato un prezzo medio per il vino confezionato (0,75 l) di 7,5 euro.**

Nelle vendite di vino (sell-out) dei soci distributori di CDA, sono coinvolti i brand di **1.904 aziende vitivinicole rappresentanti** di qualsiasi tipologia e dimensione.

Oggi, alla luce di questi ultimi dati (e altri che presenteremo a breve), **viene da chiedersi se non è il caso che il settore vitivinicolo italiano trovi momenti di confronto più serrato e concreto con il mondo dei distributori,** che rappresentano un segmento sempre più strategico per la filiera del vino del nostro Paese.