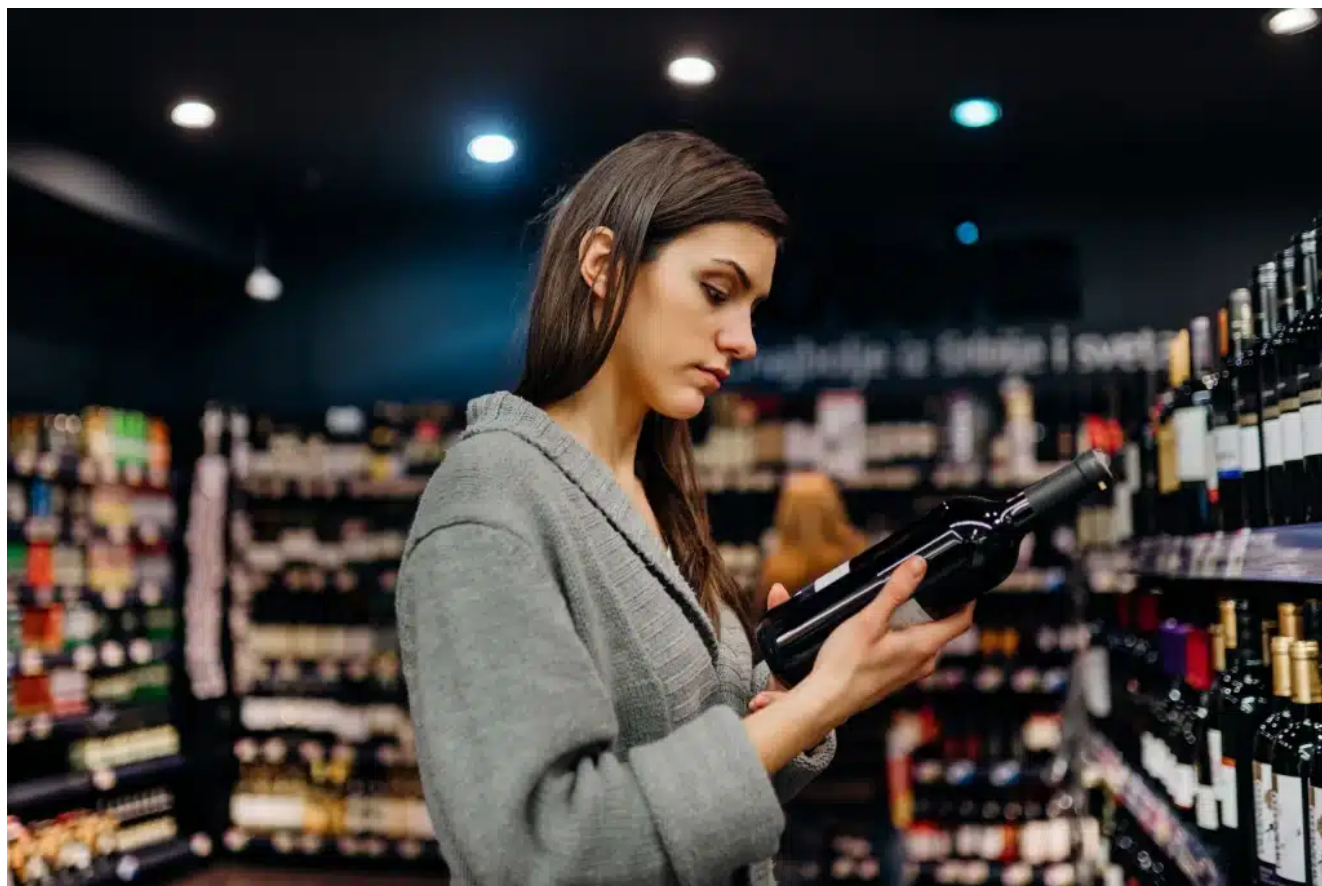


Vendite vino in GDO: consumatori sempre più selettivi

scritto da Emanuele Fiorio | 31 Gennaio 2024



L'Osservatorio Uiv-ISMEA ha pubblicato il suo report annuale sulle vendite di vino nella grande distribuzione organizzata italiana durante il 2023, evidenziando una **diminuzione generale in volume del 3,1%** rispetto all'anno precedente ed un **valore complessivo in crescita del 2,6%** per un saldo di poco superiore ai 3 miliardi di euro.

Consumi in evoluzione: parola d'ordine selettività

I vini fermi registrano una flessione dei volumi del **-3,6%** (con i rossi a **-4,9%**) ma **valori in crescita del 2,2%** ed un

incremento del prezzo al litro del 6%. Gli **spumanti**, con un aumento dei prezzi al litro del 3,6%, rimangono **in linea rispetto ai volumi** venduti nell'anno precedente (0,3%) con una **crescita in valore del 3,9%**.

Il rapporto sottolinea una significativa evoluzione nei consumi di vino degli italiani **dal 2019 al 2023**. Nonostante l'incremento post-Covid, i **consumi complessivi in volume sono scesi dell'8%**, equivalente a 100 milioni di bottiglie, con una diminuzione marcata nei vini fermi (-11%) e liquorosi (-19%). I vini DOP resistono meglio, registrando solo un -2% a volume, trainate da bianchi (+3%) e rosati (+17%), mentre gli IGT e i vini comuni segnano cali più significativi, rispettivamente del -13% e del -17%.

Spumanti in ascesa: il successo del Prosecco

Mentre i vini fermi registrano una flessione nella GD0, gli **spumanti** vivono un periodo d'oro, con un **aumento del 19% nel quinquennio 2019-2023**. Il **Prosecco** rappresenta un traino essenziale, con una **crescita del 30%**, insieme agli Charmat non Prosecco, che crescono del 42%. Questa tendenza positiva si riflette anche nelle **esportazioni, triplica la quota di mercato per le bollicine italiane** negli ultimi 10 anni, a differenza dello Champagne che vede una diminuzione delle vendite a volume del 38%.

Rossi in crisi

I vini rossi stanno affrontando un periodo difficile nella GD0, la **flessione dei volumi totali si attesta al 15%**. La categoria è in calo del 6% tra i prodotti DOP, del 19% tra gli IGT e del 22% tra i vini comuni. Alcune DOP e IGT mantengono la loro posizione, come il Dop Montepulciano d'Abruzzo (-2%), il Chianti (-3%) e il Rubicone IGT nella tipologia Sangiovese

(+7%).

Diversi vini rossi registrano cali a doppia cifra, oltre il 20% per vini a marchio come Salento IGT, Puglia IGT, la famiglia dei Lambruschi, Nero d'Avola DOP, Terre Siciliane IGT, Cannonau di Sardegna, Barbera e Dolcetto DOC, Cabernet e Merlot IGT, DOC Oltrepò Pavese Barbera e Bonarda.

Ridimensionamento e-commerce GDO

Gli ordini dell'e-commerce sono cresciuti in modo significativo durante i lockdown, triplicando rispetto al 2019. Tuttavia, negli ultimi due anni, si è osservato un progressivo calo del 21% rispetto al picco del 2021. L'e-commerce del vino rappresenta ancora solo l'1,5% del totale acquisti in GDO e retail.

Coloro che acquistano online sono alla ricerca della qualità, lo testimonia **l'aumento del 61% del prezzo medio al litro**. Le categorie più gettonate online sono i vini DOP e IGT (75% del totale), insieme agli spumanti, che incidono per il 22% degli acquisti.