

Vino biologico: trend e sfide

scritto da Emanuele Fiorio | 30 Maggio 2022



POSIZIONAMENTO E PROSPETTIVE DI SVILUPPO DEL VINO BIO MADE IN ITALY IN ITALIA E ALL'ESTERO

24 MAGGIO 2022

DEVELOPED FOR



IN COLLABORAZIONE CON



Recentemente ho seguito il webinar promosso da FederBio e AssoBio e curato da **Nomisma-Wine Monitor** dal titolo **“Vino bio: trend e sfide”**.

L’evento online ha approfondito diversi aspetti legati al vino biologico, uno di questi in particolare si è focalizzato sulla percezione e le preferenze di consumo degli italiani rispetto al vino biologico.

Silvia Zucconi, Responsabile Market Intelligence di Nomisma ha condotto l’analisi, sottolineando che il mercato del vino biologico ha un enorme potenziale sia per quanto riguarda gli acquisti domestici che per i consumi fuori casa.

Cosa significa sostenibilità per i consumatori di vino?

Il 72% dei consumatori di vino fa riferimento alla sostenibilità ambientale e afferma che un vino è sostenibile quando riesce a perseguire delle azioni di protezione e

salvaguardia dell'ambiente. Solo il 27% rileva anche la sostenibilità socio-economica, un ambito di valorizzazione meno percepito e più difficile da comunicare ai consumatori.

Tasso di penetrazione

Nomisma ha chiesto ai consumatori se negli ultimi 12 mesi hanno avuto occasione di vedere vino biologico sugli scaffali o nei ristoranti e se di conseguenza l'hanno acquistato.

Il risultato rileva che un consumatore su due lo ha effettivamente acquistato (51%), il 19% l'ha visto ma ha preferito non acquistarla, l'8% non l'ha notato ma è interessato all'acquisto.

Trend di diffusione

È importante rilevare che c'è stata un grande incremento, basti pensare che nel 2013 i consumatori di vino bio erano solo il 2%, nel 2017 erano saliti al 25% e quest'anno, secondo l'indagine di Nomisma Wine Monitor, hanno raggiunto il 51%.

Luoghi di consumo ed acquisto

Il 55% dei consumatori ha dichiarato che, negli ultimi 12 mesi, ha consumato vino bio solo a casa, il 27% solo in occasioni fuori casa ed il 18% sia tra le pareti domestiche che all'esterno.

Per quanto riguarda i canali di acquisto, la GDO è prevalente con un 46%, a seguire le enoteche con il 19% e l'acquisto diretto in cantina riguarda il 15% degli acquisti di vino bio.

Fattori chiave per incrementare l'attuale livello di consumo

Il primo elemento segnalato dai consumatori è il prezzo più accessibile (25%), un altro 22% indica la necessità di una qualità superiore.

Ma il fattore principale è legato all'assortimento (32%) in relazione alla richiesta di assortimenti più ampi di vino bio, introduzione di linee bio da parte di grandi marche e la presenza nei negozi di scaffali dedicati.

Per quanto riguarda il reperimento di informazioni per

valutare il vino biologico, un consumatore su 3 dichiara di non avere sufficienti informazioni per valutare valori e caratteristiche.

Consumatori che non bevono vino bio: le motivazioni

I consumatori di vino che non acquistano vino biologico rappresentano in Italia un bacino ampio, il 48%.

Per quali motivi non si approcciano a questa tipologia?

Innanzitutto c'è una barriera segnalata di prezzo, è un vino che costa troppo, lo indica il 23% dei consumatori.

Un altro aspetto che limita il consumo riguarda l'assortimento (36%) sia per la scarsa promozione nei punti vendita (20%) sia per l'indisponibilità dei prodotti nei negozi (16%)

Il tema della conoscenza è al terzo posto (16%), i consumatori dichiarano che non trovano alcuna differenza rispetto al vino convenzionale (12%) e che non conoscono i benefici che garantirebbe il vino bio (12%).

Un ultimo aspetto riguarda la fiducia (11%), i consumatori non si fidano delle garanzie offerte dal marchio biologico (8%) e della qualità del vino bio (3%).

Consumatori che non bevono vino bio: come spingerli a cambiare idea?

Il 30% dichiara che un prezzo più accessibile potrebbe motivare l'acquisto di un vino bio, il 14% rileva l'importanza di fare assaggi all'interno dei negozi che frequentano ed un 13% vorrebbe che fossero presenti maggiori informazioni sui vini bio nei punti vendita.

Il 54% del campione relativo a coloro che non consumano vino bio ritiene di non avere tutte le informazioni necessarie per valutare valori e caratteristiche del vino certificato biologico.

Disponibilità a spendere di più per un vino bio

I consumatori di vino bio sono chiaramente più disposti a spendere maggiormente per questi prodotti rispetto a coloro

che non acquistano questi prodotti.

Il 37% dei consumatori di vino bio sono propensi ad investire fino al 5% in più per una bottiglia di vino bio rispetto ad una di vino convenzionale. Il 42% è disposto a spendere dal 5% al 10% in più ed un 8% anche oltre il 10%.

Per quanto riguarda coloro che non consumano vino biologico, le percentuali sono molto differenti: il 55% non è disposto a spendere di più, il 27% è propenso ad investire fino al 5% in più per una bottiglia di vino bio ed il 18% dal 5% al 10% in più.

Questo riconoscimento di prezzo rappresenta un elemento di reputazione, tant'è vero che molte rilevazioni di Nomisma segnalano che il consumatore riconosce ai prodotti biologici una qualità pari o superiore a quelli convenzionali.

Le leve che vengono suggerite per consolidare il posizionamento ed il ruolo del vino biologico sul mercato italiano riguardano l'implementazione della presenza e dell'assortimento sui punti vendita ed una maggiore comunicazione per favorire la conoscenza del vino biologico, le sue caratteristiche ed i suoi valori peculiari.