

# Vino biologico: trend e sfide

scritto da Emanuele Fiorio | 30 Maggio 2022



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 acquistarlo, 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.