

Francia: dopo un decennio, aumenta il consumo domestico

scritto da Emanuele Fiorio | 14 Maggio 2021



La chiusura di bar e ristoranti nel 2020 ha favorito il consumo domestico; lo dimostra l'ultimo report economico pubblicato il 22 aprile scorso da [FranceAgriMer](#), basato su dati Kantar. “Gli acquisti di beni di largo consumo (FMCG) sono aumentati del 6,9% nel 2020 rispetto al 2019”, afferma **Pauline Cuenin**, responsabile studi economici di FranceAgriMer. **“Gli acquisti di vini fermi per il consumo domestico sono aumentati del 4,6%.”**

Come riporta il sito [Reussir.fr](#), la frequenza di acquisto è rimasta stabile nel 2020, il numero di bottiglie per atto di acquisto è aumentato da 3,25 nel 2019 a 3,36 nel 2020. “Nel 2020, le famiglie hanno acquistato una media di 43,66 bottiglie rispetto alle 42,26 bottiglie del 2019. Si tratta quindi di un aumento, ma questa cifra è ancora in calo del

5,6% rispetto alla media degli ultimi 5 anni” sottolinea Pauline Cuenin.

In contrasto con le tendenze viste negli ultimi anni, **i vini sotto i 3 euro hanno attirato nuovi consumatori.**

I BiB (+ 1,1 punti di tasso di penetrazione rispetto al 2019) e i piccoli formati (+2,4 punti) hanno attirato più acquirenti.

Il gruppo di consumatori di età compresa tra i 50 ed i 64 anni guida ancora gli acquisti di vino, ma nel 2020 c'è stata una crescita significativa degli acquirenti sotto i 50 anni.

Nel 2020 in Francia i vini bianchi hanno confermato il loro dinamismo: ora rappresentano il 20% della quota di mercato in volume, mentre i rossi detengono il 47% ed i rosati il 33%.

Le IGP senza vitigno e i vini francesi senza indicazione geografica (VSI) vanno bene con il 13,4% e il 7,8% della quota di mercato in volume rispettivamente, in aumento di +0,6 punti rispetto al 2019.

I vini DOP rappresentano il 40% della quota di mercato e i loro acquisti “sono essenzialmente guidati dall'aumento delle quantità per atto di acquisto e non derivano dall'aumento dei consumatori”, spiega FranceAgriMer.

Gli ipermercati rimangono il luogo principale per l'acquisto di vini fermi (42,8% di quota di mercato in volume) ma il 2020 ha segnato una svolta, dato che, per la prima volta in 10 anni, questi punti vendita hanno perso quote di mercato (-4,5 punti rispetto al 2019).

Questo calo ha avvantaggiato gli hard discount come Leader Price, Lidl, Netto, Aldi, (+0,8 punti), i convenience store (+0,9 punti), i rivenditori online non specializzati (+1,8 punti), le vendite dirette (+0,4 punti) e le enoteche (+0,2 punti).

Il 2020 non è stato sicuramente un buon anno per lo spumante

francese: le vendite di **vini spumanti in generale** sono **diminuite del 4,4% in volume rispetto al 2019**, lo Champagne è **sceso dell'11,5%** e i vini frizzanti di denominazione del 10,7%.

“Le tendenze sono diverse a seconda del tipo di spumante. Le vendite di champagne sono diminuite durante i lockdowns ma sono aumentate durante l'estate. Gli altri spumanti DOP hanno perso acquirenti e hanno visto diminuire la loro frequenza d'acquisto durante le feste”, dice Pauline Cuenin. Le bollicine straniere hanno avuto più successo, soprattutto il Prosecco.