

# Ismea Q1 2021: bene GDO, export altalenante

scritto da Emanuele Fiorio | 23 Agosto 2021



La recente indagine Ismea analizza alcuni aspetti chiave legati alle tendenze del mercato del vino italiano.

La riapertura dell'Horeca ha senz'altro smosso le acque, dando nuovo impulso ad un settore che tra timide aperture e pesanti blocchi aveva vissuto un lungo periodo di grave difficoltà.

Le aziende hanno dovuto affrontare questa battaglia con le armi della diversificazione e della multicanalità, attraverso l'utilizzo dei canali digitali, in particolare e-commerce, social media, webinar e degustazioni online.

Una piccola rivoluzione che era già in atto ma che la pandemia ha accelerato in maniera drastica.

Senz'altro le aziende legate prevalentemente al canale on-premise (Horeca) hanno subito il contraccolpo peggiore e stanno tentando in questi mesi di "zona bianca" di riprendersi da uno shock senza precedenti.

Ma la riapertura ha messo in luce un problema che è emerso prepotentemente, la mancanza di personale da destinare ai lavori in vigna, in cantina e nell'accoglienza legata all'enoturismo che sta ripartendo con molto slancio.

### **GDO, ancora di salvezza**

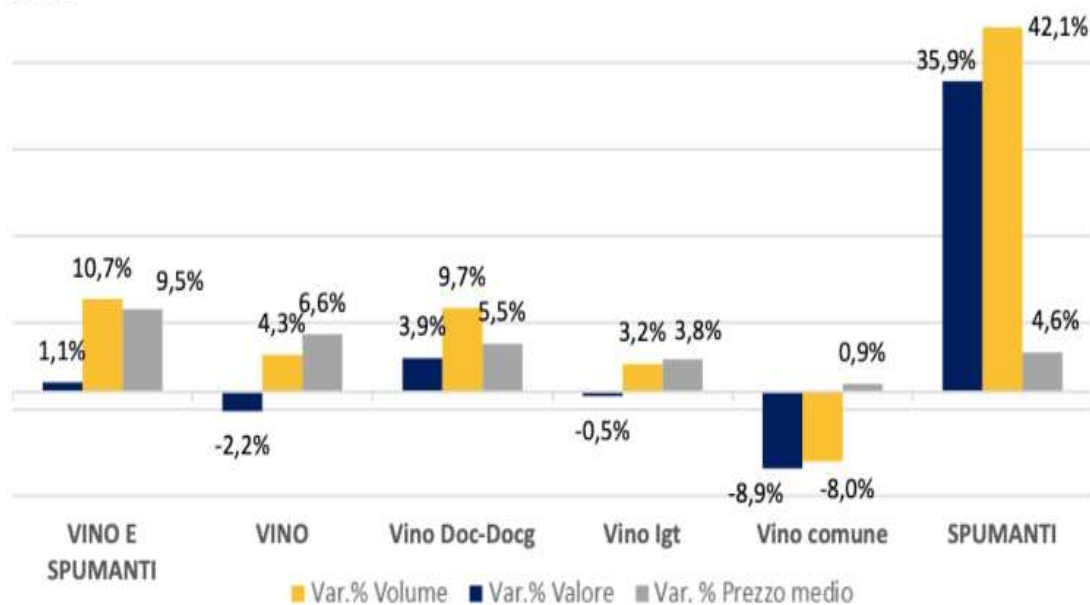
Nei difficili mesi di il canale moderno si è rivelato un salvagente importante per molti produttori e la volontà di alcune insegne di aprirsi a gamme più ampie e di qualità superiore ha favorito l'inserimento di etichette che erano appannaggio del settore Horeca.

Era pressoché scontato che la riapertura del canale Horeca portasse ad un freno agli acquisti nella GDO ma i dati del primo quadrimestre 2021 delineano una situazione ancora molto positiva.

Il dato più evidente riguarda **gli spumanti che registrano una crescita impressionante del +36% in valore e del +42% in volume**, mentre i vini fermi vedono una flessione del 2% in valore ed una crescita del +4% in volume. **I vini Doc-Docg fanno meglio degli Igt e del vino comune con una crescita del 4% in valore e del +10% in volume.**

**Se consideriamo i risultati delle vendite congiunte di vini e spumanti la crescita è limitata a valore (+1%) mentre è più consistente a volume (+11%), cresce in maniera apprezzabile anche il prezzo medio (+9,5%).**

## Vendite di vino nella GDO italiana per tipologia di prodotto: I semestre 2021/vs I semestre 2020



Fonte: Ismea/AC Nielsen Bd MKT