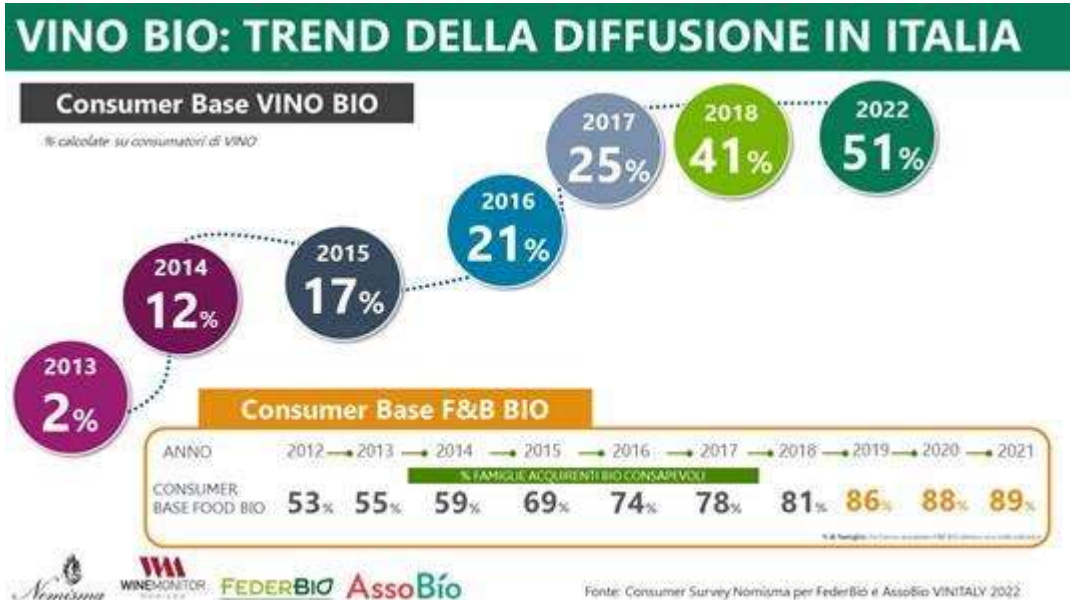


Italia: 1 italiano su 2 consuma vino bio

scritto da Redazione Wine Meridian | 13 Aprile 2022



Una consumer base e un interesse da parte dei consumatori per il vino bio che continua ad aumentare sia in Italia sia all'estero, superfici vitate bio in crescita così come le vendite in GD0. È quanto emerge da **VINO BIO: TREND & SFIDE**, evento promosso da **FederBio** e **AssoBio** e curato da **Nomisma-Wine Monitor**, che si è tenuto oggi a Vinitaly 2022 e che ha evidenziato il posizionamento e le prospettive di sviluppo del vino bio made in Italy in Italia e all'estero. Il tutto attraverso la realizzazione di un'indagine ad hoc che ha coinvolto 800 consumatori italiani di vino e una ricognizione dei dati sui mercati internazionali grazie al contributo informativo della piattaforma www.ita.bio curata da **Nomisma** per **ICE Agenzia** e **FederBio**.

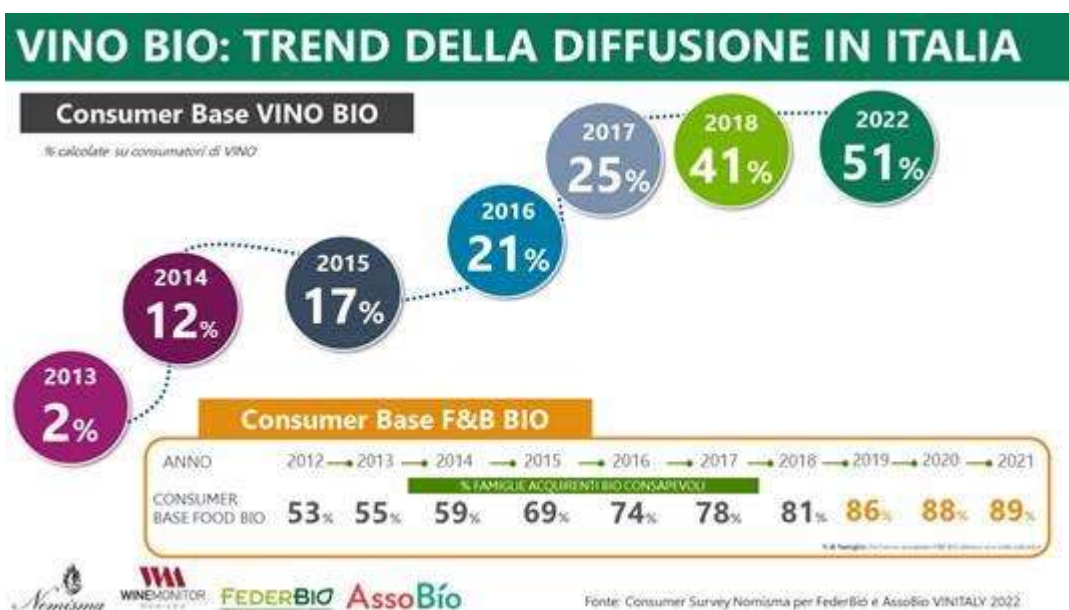
Gli italiani e il vino bio

La **sostenibilità** rappresenta un fattore chiave nelle scelte di acquisto in ambito food & beverage dei consumatori italiani: accanto alla ricerca di italianità delle materie prime e dei prodotti (requisito molto importante per il 43% dei

responsabili degli acquisti di prodotti alimentari), la sostenibilità si conferma infatti un elemento imprescindibile tra i valori che supportano gli acquisti (29%) con **specifico riferimento alla presenza del marchio bio (27%)**.

In questo contesto l'interesse per il biologico va oltre il food: prosegue infatti la crescita della consumer base anche per il vino. **L'indagine Nomisma-Wine Monitor realizzata per FederBio e AssoBio ha evidenziato come gli italiani che hanno avuto almeno un'occasione di consumo di vino biologico nell'ultimo anno è oggi pari al 51%**. La percentuale è in continua crescita (nel 2015 era pari al 17%), grazie al forte apprezzamento da parte del consumatore, che riconosce al vino bio valori più elevati rispetto ai vini convenzionali.

Si pensi in primis al **metodo produttivo maggiormente rispettoso dell'ambiente rispetto a quanto accade per il vino convenzionale**: aspetto riconosciuto sia dal 72% degli user che dal 58% dei non user; a questo fattore si aggiungono le maggiori garanzie di sicurezza percepite grazie ai controlli previsti dal disciplinare (60% tra gli user), a cui si aggiunge un alto riconoscimento di qualità che non solo arriva dall'esperienza diretta dei consumatori (49%) ma che è percepito anche tra chi non ha avuto esperienze di consumo.



Italia: le vendite nei canali off-trade

Tale successo trova naturalmente riscontro anche nel **carrello della spesa**. In Italia nel 2021 le vendite di vino biologico nel canale off-trade (Iper+Super+Lsp+Discount) hanno raggiunto i 46,5 milioni di euro mettendo a segno un +3,7% rispetto al 2020, un dato sostanzialmente in linea con le tendenze che hanno interessato il vino convenzionale.

Emergono **tendenze differenti fra le diverse tipologie**. Secondo i dati NielsenIQ, a trainare le vendite di vino bio in Italia sono infatti i vini fermi&frizzanti, che, con 40,1 milioni di euro nel 2021, pesano per l'86% sul totale vino bio venduto nel canale retail: +4,5% rispetto al 2020, un trend decisamente migliore rispetto a quello che ha interessato nello stesso periodo i vini fermi&frizzanti non a marchio bio (-0,2%).

Degno di nota è poi l'**e-commerce**: nonostante l'online rappresenti appena il 2% del canale off-trade e le vendite abbiano decelerato rispetto al boom del 2020, gli acquisti online continuano a crescere a doppia cifra (+13,4% rispetto al 2020) e ad orientarsi su prodotti di fascia di prezzo superiore. **Il differenziale rispetto al vino bio venduto negli scaffali di iper e supermercati è difatti del 10%.**



Se si va a vedere l'interesse da parte dei consumatori per i vini a marchio biologico, si nota come **la domanda potenziale sia davvero enorme e coinvolge tutti i principali mercati mondiali**. A testimoniarlo sono i risultati di alcune indagini che Nomisma ha condotto – negli ultimi due anni – sui consumatori di diversi mercati con lo scopo di mappare i comportamenti di consumo di vino e tra questi anche il ruolo rivestito dal bio. E se nel Regno Unito (quinto mercato per consumi di vino al mondo), il 29% dei consumatori pensa che i vini biologici saranno tra i trend di consumo dei prossimi 2/3 anni, tale quota sale al 35% in Cina per arrivare, addirittura, **al 46% negli Stati Uniti**.

“E sono proprio gli USA, il mercato a maggiore potenzialità per il vino bio italiano: primo consumatore di vino al mondo e primo destinatario dell'export vinicolo italiano, dove ben 1 consumatore su 3 (parliamo di circa 65 milioni di persone) beve vini biologici” dichiara **EMANUELE DI FAUSTINO, Senior Project Manager di Nomisma**. “Un'ottima opportunità per le aziende italiane alla luce sia dell'elevata capacità di spesa degli americani sia dell'ottima percezione di cui godono i vini bio made in Italy: per il 63% dei consumatori statunitensi è infatti molto importante che il vino bio sia di origine italiana e il 18% indica proprio **il vino come il prodotto bio made in Italy a maggior potenziale sul mercato USA**”.