

Le classifiche dei vini più venduti ed emergenti nella GDO secondo la ricerca Circana (ex IRI) per Vinitaly

scritto da Redazione Wine Meridian | 17 Marzo 2023



Il 2022 è stato un anno difficile anche per il mercato del vino nella Distribuzione Moderna a causa degli aumenti di costo delle produzioni e dei prezzi al pubblico. Il 2023 potrebbe essere ancora un anno difficile per i volumi, a causa del pieno manifestarsi degli effetti legati al prezzo, ma potrebbe anche verificarsi un recupero nel secondo semestre, se l'inflazione calerà e se le promozioni diventeranno più incisive. Questo il quadro che verrà presentato in dettaglio dall'istituto di ricerca Circana (già IRI) a Vinitaly (a Verona dal 2 al 5 aprile), nel corso della 19° tavola rotonda su vino e Distribuzione Moderna, organizzata da Veronafiere.

Un'anteprima della ricerca, vedi allegato, presenta i dati generali delle vendite nell'anno 2022, la classifica dei vini e spumanti più venduti (a volume) sugli scaffali della Distribuzione Moderna e la classifica dei vini "emergenti" (a valore).

Sul podio il Prosecco (Veneto e Friuli V.G.) con 46 milioni di litri venduti, il Chianti (Toscana) con 17 milioni di litri, il Lambrusco (Emilia Romagna) con quasi 17 milioni di litri. Si fanno notare le buone performance del Nero d'Avola (Sicilia) al 10° posto con quasi 8 milioni di litri, il Pignoletto (Emilia Romagna) al 12° posto con 6 milioni di litri, il Primitivo (Puglia) al 13° posto con quasi 6 milioni di litri.

La **classifica dei vini "emergenti"**, cioè quelli col maggior tasso di crescita rispetto all'anno precedente, elaborata a valore, mostra sul podio: Ribolla (Friuli V.G.) con +12%; Muller Thurgau (Trentino Alto Adige) con +10,0%; Vermentino (Sardegna, Liguria, Toscana) con +9,9%. Da notare i buoni piazzamenti in questa speciale classifica di Vernaccia (Toscana), Orvieto (Umbria, Lazio), Nebbiolo (Piemonte, Lombardia).

I dati dell'intero comparto vino mostrano una flessione, a volume, del vino (-5,4%), dei vini rossi (-7%), degli spumanti (-4,7%) che diventa -0,2% se si esclude il Prosecco.

"Lo scenario geo-politico e le conseguenze sui prezzi hanno generato effetti non marginali sulle vendite, che però hanno resistito evitando un tracollo – ha dichiarato Virgilio Romano, Business Insight Director di Circana (già IRI)– La fine del Covid potrebbe dare più certezze a tutti. Nel corso della tavola rotonda presenteremo i dati dei primi mesi dell'anno, in modo da approfondire i primi segnali che vengono dai mercati e che potrebbero condizionare il 2023. Senza drammatici ulteriori aumenti dei prezzi, le Cantine e la Distribuzione potranno tornare a confrontarsi sulla base delle

scelte aziendali e delle strategie di medio-lungo periodo”.

Maurizio Danese, amministratore delegato di Veronafiere, ha sottolineato la rilevanza della tavola rotonda promossa con Vinitaly: “*Nel tempo è divenuta uno dei luoghi privilegiati del dialogo tra le cantine e le insegne distributive, spesso caratterizzato da posizioni lontane. Per favorire l'incontro, in un periodo non facile per le vendite del vino, abbiamo anche rinnovato la formula, che consentirà ai rappresentanti dei produttori di porre direttamente domande ai distributori, in modo che il confronto sia sempre più costruttivo”.*

La tavola rotonda si terrà a Vinitaly lunedì 3 aprile, e vi parteciperanno, oltre Virgilio Romano: per Federvini, Mirko Baggio (*Responsabile Vendite Gdo di Villa Sandi*); per Unione Italiana Vini, Luca Devigili (*Business Development Manager di Banfi*); Conad, Simone Pambianco Category Manager Bevande; Coop Italia, Francesco Scarcelli, Responsabile Reparto Beverage; Gruppo Selex, Flavio Bellotti, Responsabile Category Vino; Carrefour, Lorenzo Cafissi, Responsabile Beverage Alcolico; MD, Marco Usai, Wine Specialist.