Mercato Italia stabilità e premiumisation

scritto da Emanuele Fiorio | 24 Febbraio 2020



Focus sul consumo di vino in Italia, Nomisma Wine Monitor 2019 ci presenta una indagine che apre la strada a molteplici riflessioni.
In Italia l'88% della popolazione tra i 18 ed i 73 anni ha bevuto del vino almeno una volta nella sua vita.

È utile rilevare che i consumi di vino sul mercato italiano tra il 2008 ed il 2014 hanno subito un decremento passando da un consumo pro-capite di 46,5 litri/anno a 36,2 litri/anno. **Dal 2014 al 2018 i consumi si sono stabilizzati tra 36 e 38 litri/anno pro-capite** con una predominanza (87%) dei vini fermi nel 2018 cui seguono gli spumanti (13%). **I vini fermi però dal 2008 al 2018 subiscono una flessione percentuale media dei ricavi del -2,3%, mentre gli spumanti rilevano una crescita del +4,6%.**

Nelle GDO è lo spumante la categoria trainante sia in volume che in valore. Dal 2014 al 2019 – periodo di stabilizzazione dei consumi – cresce del 38% a valore e del 32,4% a volume, in particolare registriamo il successo del Metodo charmat secco con un +65% a valore e +59% a volume.
I vini fermi e frizzanti dal 2014 al 2019 nel loro complesso crescono del +7,9% a valore ma i volumi sono in contrazione di un -6,4%.
Pecora nera i vini senza alcuna denominazione che calano di un -11,7% a valore e -14,2% a volume.
Gli unici vini capaci di restare al passo degli spumanti sono i **Doc e Docg che riportano un +16,9% a valore ed un +2,2% a volume.**
I vini Rosé nonostante una leggera flessione nei volumi di vendita (-3,4%), crescono in valore di un +9,5% dimostrando di essere una categoria di vini capace di valorizzare la propria identità sul mercato.
Anche i vini IGT hanno saputo aumentare il proprio valore (+9,7%) a fronte di una diminuzione delle vendite a volume di -3,9%.

In generale questo processo rileva una **propensione dei consumatori a comprare meno ma a spendere maggiormente per i prodotti di qualità. La cosiddetta "premiumisation", già rilevata in diverse analisi sui mercati di tutto il mondo, sembra investire il mercato italiano a 360°.**