Ovse-CevesUni: primi dati sul consumo di spumanti (e vini) per le feste 2022-2023

scritto da Redazione Wine Meridian | 12 Dicembre 2022



Paese Italia sempre primo nella produzione mondiale di vini spumanti **sia metodo tradizionale (nicchia del 3,1 % del totale) che metodo italiano.** Prima anche nella esportazione e prima anche nella notorietà e richiesta. Ma, come dice **Giampietro Comolli, presidente di Ovse-CevesUni** primo osservatorio economico del vino italiano nato nel 1991: “Basta chiamare charmat o martinotti il nostro metodo di produrre spumante: è dequalificante. E’ assurdo usare il cognome di una persona come indicazione di metodo produttivo! E’ sminuente della identità e della professionalità del produttori”). Primissime stime di osservatorio Ovse sulla chiusura d’anno 2022: a fronte di una produzione intorno a 870

milioni di bottiglie per un valore di 3,3 miliardi di euro, attesi consumi (Docg, Doc, Igp e VS) di 855-865 milioni di bottiglie per un fatturato mondiale al consumo di 7,3 miliardi di euro. **Sempre più vicini al record della Francia, ma solo grazie a distribuzione, commercio, importazione.** "Occorre ancora riflettere su questo dato economico, ma in un'ottica di strategia nazionale anche istituzionale e di scelte di politica degli asset agroalimentari nazionali…", confida Comolli. **Un 2022 con forti rincari su tutto, che incidono di più su etichette di primo prezzo rispetto a bottiglie premium**, sia per vini spumanti che tranquilli Si preannuncia un dato finale anno 2022 per le bollicine nazionali, con crescita leggera dei volumi, crescita forte dei valori.

Feste 2022-2023: volumi valori consumi tipologie acquisti.

Meno vendite di bottiglie di vino e spumanti da grande distribuzione, distribuzione organizzata ed e-commerce rispetto al 2020 e 2021. Recuperano invece i volumi e consumi in horeca e ristorazione commerciale, dal 4 al 9% a partire già dall'estate. Si preannuncia un dato finale anno 2022 per le bollicine nazionali, con crescita buona ma contenuta dei volumi, crescita forte dei valori al consumo. Vicino ai dati del 2019, ma cambio nei modi, nelle condizioni e negli ambienti di consumi. **Si attendono 75-78 milioni di bottiglie stappate durante i 30 giorni di festività** (erano 78,4 nel 2019): privilegiate le bottiglie fra 6 e 9 euro di prima fascia e fra 15 e 20 euro di prezzo al consumo (intorno a 35-45 euro, il valore al ristorante più gettonato). I consumi delle feste valgono in cantina circa 280-290 milioni di euro che, al consumo e sulla tavola diventano circa 700 milioni di euro. Gli italiani tornano a fare festa fuori casa, soprattutto dopo Vigilia e Natale (26 dicembre quasi esauriti ristoranti e trattorie), mentre **a Capodanno sempre più festa in strada, molto meno in casa e nei locali notturni.**

Diminuiti gli acquisti in Gda (-3,5%) rispetto al 2021 e 2020. Si presume meno pranzi e cene luculliane in famiglia e in casa. Per la sola notte di Capodanno si prevedono 36-39 milioni di bottiglie di bollicine stappate per un giro d'affari al consumo di circa 400 milioni di euro. Il 2022 sottolinea ancor più la forbice fra etichette di primo prezzo e quelle premium. Negli ultimi 6 mesi del 2022 si sono registrati sugli scaffali e nelle liste rincari fra il 5 e il 10% delle bottiglie di vini e spumanti, anche non giustificati per contratti sottoscritti nei primi mesi del 2022. **Rincari che sembra non dipendono dalle aziende produttrici.**

Fra tipologie di bolle ed etichette, in grande spolvero le bollicine autoctone di zone spumantistiche non tradizionali, soprattutto del sud Italia, anche molto innovative come quelle ottenute con uve Negroamaro o Primitivo. **Cresce in continuo il numero di nuove etichette di bollicine anche in Toscana, in Piemonte e in Sicilia.** Fra i metodo tradizionali-classici bene la posizione crescente sul mercato degli Alta Langa e Trento anche per una qualità oramai riconosciuta: fra i consumatori nessuna scelta prioritaria Docg rispetto Doc. Trentodoc in crescita grazie a brut e i millesimati. **Franciacorta stabile, con buona ripresa per Saten e Dosaggio Zero.** In crescita il Conegliano Valdobbiadene Cartizze Docg e Asolo Docg; si consolida la leadership del Prosecco Doc nella distribuzione commerciale.

Fra i vini interessante recupero, dopo 5-8 anni di calo, dei vini Moscato e soprattutto passiti di grande valore identitario come lo Zibibbo Pantelleria dorato naturale (non liquoroso e non moscato qualsiasi), ma di **cantine piccole sconosciute.** Nei ristoranti più noti e più premiati cresce la lista delle bollicine (e vini) di cantine vicinali e regionali. Circa 1 famiglia italiana su 3 è costretta a rinunciare a una bottiglia di spumante in più rispetto agli anni 2018-2019. Comolli : "I consumatori sono sempre più diretti e semplici nella scelta del vino: ….deve piacere,

essere identificabile, facile da trovare, di prezzo contenuto e rispondente alle aspettative”.

Considerazione generali Vino-Spumanti-Cibo-Feste

Calo consumi e calo spesa globale per le tavole di Natale (in media -9%); vengono privilegiate le etichette di largo consumo. Resta invece un trend regolare per etichette premium che non risentono incertezza e diseguaglianza durante le festività. Prenotazioni fuoricasa in forte rilancio. In questo contesto horeca, luoghi di vacanza, abbinamenti speciali cibi&vini sono al centro dell’attenzione . **Comolli: “Consumi più legati a condizioni e sensazioni estemporanee.** Nel 2022 accentuata la voglia di uscire. Nella scelta di una bottiglia (come molti altri prodotti), i consumatori sono più attenti a bisogni e a opportunità soggettive”. Le etichette di vino massmarket (quelle più presenti/pubblicizzate e con più volumi ed etichette in vari canali) non risentono la stagionalità “festaiola” dei consumi. Tutti i vini spumanti italiani e stranieri hanno perso nell’anno una percentuale significativa di consumi destagionalizzati: nel 2022 si è già notato un ritorno al consumo di bollicine più occasionale, più mirato, più eventistico… mentre **cresce il consumo quotidiano di vino bianco tranquillo.**

Champagne & C e pacchi dono durante le Feste in Italia

La concorrenza estera in Italia si sta accentuando, soprattutto da parte di piccoli produttori francesi di Champagne e di multinazionali della distribuzione multimarche mondiali. Per lo Champagne **si registrano consumi di bottiglie di primo prezzo, ma identificate geograficamente** (al di sotto di 45 euro). Crescono le etichette dei RM, i piccoli vitivinicoltori imbottigliatori ex soci delle cantine sociali di cui molti usufruivano del conto-terzismo cooperativo; con

30-35 euro la bottiglia si scoprono vini ottimi di piccole aziende sconosciute (sono oltre 5000 i marchi esistenti e circa 100 arrivano in Italia). Si stimano in 2,1 milioni i tappi di Champagne che voleranno, un calo del 35% rispetto agli anni d'oro del 2015-2019. Reggono le etichette premium: il mercato italiano è fra i più richiedenti. **Prezzi ancora più contenuti per altre bollicine straniere.** Nei pacchi dono, continua e si accentua la presenza di almeno una bottiglia di bollicine: fra le etichette nazionali vince il Franciacorta, fra le estere vincono i brand più diffusi e più massmarket di Champagne.

Export spumanti italiani, consumi alle feste. Italia ancora leader export in paesi come Usa e UK (grazie al cambio delle monete ma non solo) , ottimi segnali da Asia e Oriente, Cina. Durante le Feste, nei paesi fuori dall'Italia, voleranno 225-240 milioni di bottiglie di spumanti (+ 8,5%). Un boom di fine anno mondiale non marginale con i vari rincari pari a 5,3 miliardi di euro. Un record per qualunque vino mondiale nell'arco solo di 30 gg di consumo. Ovse-Ceves registra un Oriente asiatico molto attivo con un +11% di bottiglie di spumante acquistate per le feste. Incrementi in alcuni Stati anche del +18 o +24% dei valori al consumo. Benissimo anche i vini rossi tranquilli italiani, stabili i vini bianchi. La dichiarazione più ripetuta dagli stranieri intervistati sul perché la scelta delle bollicine nazionali: "perché ….spumante italiano vuol dire festa per tutti e ovunque".

Annotazione su Prosecco Docg e Doc durante le Feste

In base ai dati raccolti e alle interviste degli operatori commerciali, emerge che **in Italia c'è una tenuta delle etichette dei Valdobbiadene e Conegliano Docg**, benissimo in horeca la scelta delle Vigne e Rive, soprattutto per aziende vitivinicole sotto le 200.000 bottiglie prodotte. Asolo Docg segna un altro exploit all'estero. **Anche il Prosecco cresce**

ancora (+11%) nel mercato interno UE. Il Prosecco, non gli Spumanti, sono sempre più alternativa diversa allo Champagne. Anche il Prosecco inizia a subire le ri-vendite fra paesi, come il caso del Belgio che esporta Prosecco in UK e Norvegia diverse casse al mese.

Indagine su scelte dei consumatori e sui consumi generali Cibo&Vino anno 2022 in Italia. Dall'indagine svolta da Ovse-Ceves, **il consumatore chiede un ri-posizionamento dell'iva e un patto fiscale su prodotti alimentari di prima necessità** che possono alleviare l'inflazione. Dalle imprese del consumo arriva anche la proposta che beni e prodotti di lusso (soprattutto elitari e di alto valore aggiunto per marchio e per concentrazione consumo) possano avere una aliquota fiscale differente. Fra i consumatori di vini è forte e provata la sensazione di una speculazione che non viene bloccata o eliminata.

Nelle scelte solo due strade per i consumatori: o spendere il 10-15% in più del 2020 e 2021 o rinunciare a qualche bene non indispensabile. Dilemma e incertezza fra cambio del cellulare e acquisto del panettone o di una bottiglia di spumante in più? Nelle risposte il 65% degli intervistati si dichiara pronto a rinunciare al panettone ma non alla bottiglia di spumante, indipendentemente dal costo del panettone più contenuto sullo scaffale. Il potere di acquisto delle famiglie (NB: dei single soprattutto o di chi ha due figli piccoli) è in calo: le decisioni del Governo Draghi e Meloni non possono essere immediate, non agevolano i consumi 2022 e non sono risolutive. **Solo a metà 2023 avremo un risconto reale.**