I trend del vino che hanno segnato il 2023 Italiano: tra preferenze e sfide del mercato

scritto da Redazione Wine Meridian | 26 Marzo 2024



In un’epoca in cui le tendenze di consumo si evolvono rapidamente, il settore vinicolo italiano continua a navigare tra le acque mutevoli delle preferenze dei consumatori e le sfide economiche. Un recente studio realizzato da Circana per Vinitaly, il cui esito completo sarà svelato il prossimo 15 aprile in occasione di **Vinitaly**, getta luce su quali vini hanno catturato i palati degli italiani nell’ultimo anno, delineando un panorama di gusto che oscilla tra tradizione e novità.

Nel 2023, nonostante le avversità, gli italiani hanno

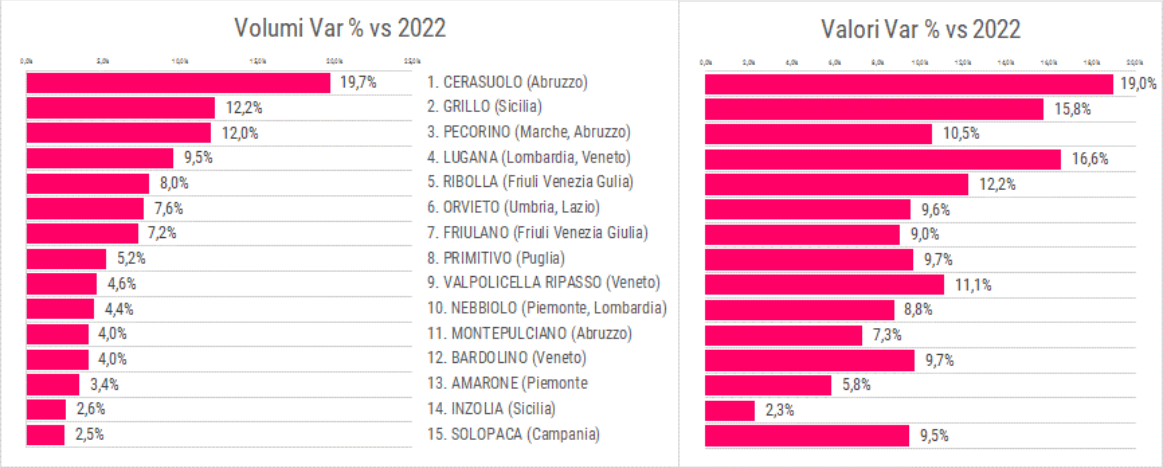
acquistato 756 milioni di litri di vino e spumante, confermando la Gdo come il canale prediletto per l'acquisto di queste preziose bottiglie. Tra i favoriti, il **Prosecco** regna sovrano con oltre **43 milioni di litri** venduti, seguito da etichette storiche come il Chianti e il Lambrusco, che pur registrando un calo nelle vendite, mantengono un legame saldo con i consumatori. Sorprendentemente, alcuni vini hanno invece segnato una crescita, come il Montepulciano d'Abruzzo e il Vermentino, dimostrando una crescente curiosità verso varietà meno convenzionali.

La ricerca evidenzia anche un interessante spostamento verso i **vini "emergenti"**, con incrementi notevoli nelle vendite di varietà come il Cerasuolo dell'Abruzzo e il Grillo siciliano, segno di un palato che si fa sempre più avventuroso e incline alla scoperta.

	Product	Volumi	Volumi Var % vs 2022	Valori	Valori Var % vs 2022	Prezzo Medio per 75cl	Prezzo Medio per 75cl Var % vs 2022
1	PROSECCO (Veneto, Friuli Venezia Giulia)	47.317.053	-1,5%	352.266.115	4,8%	5,62	6,4%
2	CHIANTI(Toscana)	16.786.681	-4,9%	96.800.494	1,3%	4,33	6,3%
3	LAMBRUSCO (Emilia Romagna, Lombardia)	15.767.531	-9,5%	59.533.616	-2,7%	2,89	7,1%
4	MONTEPULCIANO (Abruzzo)	13.708.950	4,0%	50.988.391	7,3%	2,82	3,3%
5	CHARDONNAY (Internazionale)	11.447.896	-8,9%	51.382.402	-1,4%	3,40	8,6%
6	VERMENTINO /Sardegna, Toscana, Liguria)	10.398.264	2,3%	74.046.321	6,5%	5,34	4,1%
7	MULLER THURGAU (Trentino Alto Adige)	10.106.145	-7,5%	50.937.586	-2,5%	3,78	5,4%
8	BARBERA (Piemonte, Lombardia)	8.813.484	-8,0%	43.265.239	-1,0%	3,69	7,6%
9	NERO D AVOLA (Sicilia)	7.725.572	-3,4%	34.976.097	1,2%	3,40	4,7%
10	BONARDA (Piemonte, Lombardia)	7.071.536	-12,8%	28.387.366	-5,0%	3,02	8,9%
11	SANGIOVESE (regioni varie)	6.709.724	-4,3%	27.610.034	2,5%	3,09	6,8%
12	PRIMITIVO (Puglia)	6.591.884	5,2%	40.579.401	9,7%	4,62	4,3%
13	PIGNOLETTO (Emilia Romagna)	6.348.414	-0,7%	25.395.372	3,6%	3,13	4,5%
14	NEGROAMARO (Puglia)	5.809.243	1,0%	27.357.751	7,8%	3,53	6,8%
15	MERLOT (Veneto)	5.689.544	-4,9%	23.214.016	2,7%	3,07	7,5%

Fonte: Circana® Liquid Data - Ipermercati+Supermercati+Libero Servizio Piccolo +Discount+generalisti online (Circana Panel) - anno terminante il trentuno dicembre 2023

Nonostante un calo generale del **3,3% a volume** rispetto all'anno precedente, il mercato mostra segni di una tenace resilienza, con un incremento del **2,5% a valore**. Questi dati riflettono un settore che, pur fronteggiando sfide significative, come la diminuzione della produzione dovuta all'ultima vendemmia e le pressioni inflattive, non smette di cercare vie per una ripresa.



Le strategie future, come suggerisce **Virgilio Romano** – Business Insight Director di Circana – "dipenderanno dalla scelta di Cantine e Distribuzione se preservare i margini oppure recuperare i volumi. Nel primo caso c'è il rischio di una chiusura d'anno non brillante; nel secondo, una maggiore promozionalità potrebbe favorire un recupero dei volumi".

La 20° edizione della tavola rotonda organizzata da Veronafiere a Vinitaly si prospetta quindi come un **appuntamento cruciale per il settore**, un momento di dialogo e confronto in cui produttori, distribuzione e buyer condivideranno le loro visioni e strategie in risposta alle dinamiche di un mercato sempre più complesso.

Il quadro che emerge dallo studio anticipato, e che verrà approfondito con l'analisi dei dati del primo trimestre del 2024, non è solo un **bilancio** di ciò che è stato, ma un faro verso ciò che potrà essere, nella costante ricerca di equilibrio tra tradizione e innovazione, tra sfide e opportunità.