Vino (Oss. UIV-Ismea): spumanti low cost unica categoria in crescita in GDO nel 2022

scritto da Redazione Wine Meridian | 17 Gennaio 2023



Si chiude un anno di riposizionamento per le **vendite dei vini in grande distribuzione (e retail) in Italia.** Nel 2022, l'unica voce chiaramente positiva – rileva l'Osservatorio Uiv-Ismea su base **Osservatorio Ismea-Nielsen IQ** – è relativa alla categoria **"Altri spumanti Charmat" (diversi dal Prosecco)**, che ha archiviato il 2022 con una crescita tendenziale in volume del 13% (+22% nei discount), a fronte di un calo generale degli acquisti allo scaffale che supera il 6% con perdite sopra la media per la tipologia dei vini fermi (-7%) e in particolare per **le Doc rosse che scendono in doppia cifra** (-11%). L'exploit degli spumanti low cost – il cui prezzo

medio a 4,4 euro/litro registra un aumento molto più contenuto dei listini rispetto ai competitor – è lo specchio del limitato potere di acquisto degli italiani nell'ultimo anno (i più costosi spumanti a Metodo classico chiudono – dopo un 2021 da incorniciare – a -9%, gli Champagne a -25%, anche per effetto delle limitate disponibilità) ma allo stesso tempo **evidenzia tutta l'ormai irrinunciabile centralità raggiunta dalle bollicine anche tra le mura domestiche.** Il saldo 2022 delle vendite in grande distribuzione chiude in passivo anche sul fronte dei valori (-2%, a 2,94 miliardi di euro).

Focus 2022 vs 2019

Secondo l'Osservatorio di Unione italiana vini e Ismea, dal 2019 al 2022 le bollicine hanno registrato un incremento nei volumi commercializzati in gdo del 17%, con crescite ancora più nette per il Prosecco (+31%) e per gli "Altri spumanti Charmat", che chiudono il triennio a +32% (34 milioni di bottiglie nel 2022). Per il **segretario generale di Unione italiana vini, Paolo Castelletti:** "Il divario tra le performance degli spumanti e il resto del mercato è sempre più evidente e l'effetto non è stato affatto neutro. A pagare le spese di un carrello che vede gli spumanti protagonisti dei consumi quotidiani, è probabilmente il vino fermo (-8%) e in particolare i rossi, che nel periodo considerato scontano una contrazione dell'11%".

Per il **responsabile Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di Ismea, Fabio Del Bravo:** "Quello che osserviamo dall'immediato pre-Covid a oggi è un cambiamento con pochi precedenti delle abitudini al consumo degli italiani, che considerano ormai gli spumanti un vino a tutto pasto, svincolato da ricorrenze e festività e a cui non si è disposti a rinunciare neanche di fronte all'erosione del potere d'acquisto".

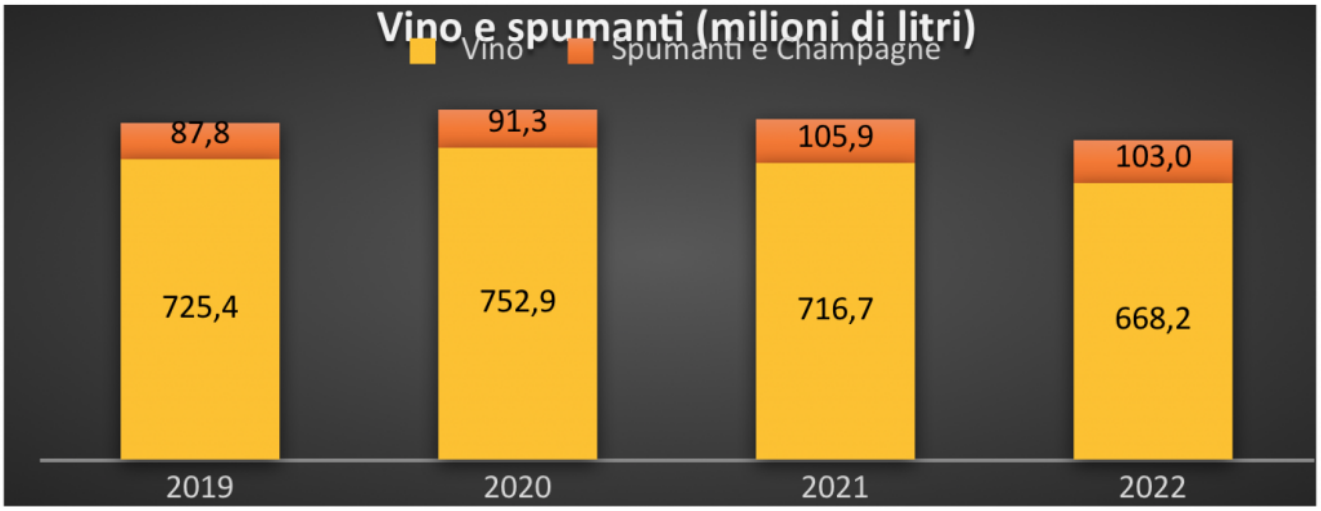
Le Do

Se ovviamente **il saldo dell'ultimo anno delle principali denominazioni e indicazioni geografiche segue l'andamento generale negativo**, uno sguardo in prospettiva di medio termine aiuta a inquadrare meglio quali sono i vini che strutturalmente hanno imboccato una fase involutiva e quali invece stanno ripiegando sui valori pre-Covid dopo la fiammata 2020/21. Fra i primi, **vanno annoverati alcuni rossi Igt sia che provengano da vitigni autoctoni che da vitigni internazionali.** Tra le Dop le battute d'arresto sono numerose e spaziano dal Piemonte alla Sicilia. Quelli in fase di rientro verso la "normalità" sono invece Montepulciano d'Abruzzo, Chianti, Salento (quindi Negroamaro), Lambrusco Emilia e Rubicone Trebbiano. Poi ci sono anche quelli (pochi a dir la verità fra i big seller) in fase positiva, nonostante volumi negativi nell'ultimo anno: **Sangiovese Rubicone, Vermentino di Sardegna, Verdicchio, Castelli Romani, Valpolicella.**

E-commerce

Il saldo negativo in volume più pesante (2022 vs 2021) lo si ritrova nell'e-commerce, con -15% cumulato tra vini e spumanti e picchi maggiori per le tipologie più pregiate, come per esempio gli spumanti metodo classico (-21%). **Il canale, al contrario del retail fisico, ha sperimentato diffusi segni negativi sui prezzi, con listini in media a -10%.** Dopo aver sperimentato un vero e proprio boom delle vendite nel 2020 (da 2,6 a 8 milioni di litri) e un ulteriore incremento nel 2021 (9 milioni), il segmento pare destinato ad assestarsi sui livelli dell'anno pandemico, e quindi aver interrotto la crescita.

Elaborazioni Osservatorio Uiv-Ismea su base Osservatorio Ismea-Nielsen IQ – vendite Gdo e retail



Elaborazioni Osservatorio Uiv-Ismea su base Osservatorio Ismea-Nielsen IQ – vendite Gdo e retail

