

Vino nella grande distribuzione: aumentano gli acquisti di vini doc e spumanti

scritto da Redazione Wine Meridian | 26 Marzo 2017



Crescita significativa delle vendite delle bottiglie di vino a denominazione d'origine e degli spumanti; il vino biologico prosegue il suo percorso di uscita dalla nicchia di mercato; flessione dei vini nel brik di cartone e in tutti quei formati che non siano la bottiglia da 75cl. Queste le anticipazioni della ricerca sull'andamento del mercato del vino nella Grande distribuzione nel 2016 svolta dall'istituto di ricerca IRI che sarà presentata a Vinitaly (a Verona 9/12 aprile).

Quello della Grande distribuzione si conferma il canale di vendita di gran lunga più grande nel mercato del vino con 505

milioni di litri venduti nel 2016 per un valore di un miliardo e mezzo di euro. In un anno di sensibile contrazione dei consumi familiari, il mercato italiano del vino gode di una relativamente buona salute, come testimoniato anche dalle vendite nei supermercati. I vini a denominazione d'origine (in bottiglia da 0,75lt) aumentano del 2,7% in volume (e del 4,4% in valore) con 224 milioni di litri venduti, proseguendo nel trend già promettente del 2015 (+1,9%). Per il secondo anno consecutivo le vendite in promozioni rimangono statiche ed i prezzi medi sono in risalita.

Va sottolineato il successo degli Spumanti che fanno segnare nel 2016 una crescita di oltre il 7% con 54 milioni di litri venduti, bissando l'ottimo risultato del 2015.

«La crescita degli spumanti riflette una destagionalizzazione delle vendite di bollicine conseguenza di un crescente uso nel consumo quotidiano – fa notare Virgilio Romano, Business Insight Director di IRI. Tale aspetto ci permette di dedurre che lo spumante attira nuovi consumatori e potrebbe rappresentare una tendenza di rottura nelle tradizionali abitudini del bere italiano».

I vini biologici fanno registrare una crescita a due cifre impressionante per un mercato ancora giovane, soprattutto nella Grande distribuzione: +25,7% in volume con 2 milioni e mezzo di litri venduti.

“I primi dati sul mercato del vino nella Grande Distribuzione confermano la ripresa del mercato interno del vino in Italia, – ha commentato Giovanni Mantovani, Direttore generale di Veronafiere – I consumatori cercano sugli scaffali sempre più il vino di qualità, con un conseguente aumento dei prezzi medi. E' un processo che è sempre stato sostenuto da Vinitaly che da 13 anni organizza e promuove l'incontro tra cantine e Grande distribuzione in convegni e incontri B2B”.

Nonostante la leva delle promozioni, che tuttavia si mantiene

ferma al 50% da due anni, i valori del vino venduto continuano a salire: le bottiglie a denominazione di 75cl hanno un prezzo medio di poco inferiore ai 5 euro (4,81 euro al litro). Ancora un anno negativo per le vendite del vino in Brik (- 2,5%) ed un crollo per tutti gli altri formati: - 8,6% per il vino confezionato da 0,76 a 2 litri e - 9,7% per formati diversi da questi (tutti dati in volume). Questi dati condizionano il dato complessivo del vino confezionato, che è di -1% a volume e + 1,1% a valore. Tra i formati differenti dalla bottiglia di 75cl si afferma soltanto il Bag in Box con 12 milioni di litri venduti ed una crescita dell'11,7% in volume.

Sul podio dei vini più venduti d'Italia si piazzano i tre inattaccabili campioni, nell'ordine: Lambrusco, Chianti, Montepulciano d'Abruzzo. Si fanno notare le performance del Nero d'Avola (Sicilia), Vermentino (Sardegna), Muller Thurgau e Gutturnio (Lombardia) (che crescono in percentuale più del 4%).

Tra i vini "emergenti", cioè con una maggiore progressione di vendita a volume salgono sul podio, nell'ordine: Ribolla Gialla (Friuli Venezia Giulia), Passerina (Marche), Valpolicella Ripasso (Veneto). Si conferma la crescita del Pignoletto (Emilia), del Pecorino (Marche/Abbruzzo) e della Passerina (Marche), mentre rientrano in classifica il Grillo (Sicilia) e il Cannonau (Sardegna). Va segnalata la crescita dell'8,2% in volume del Chianti Docg, quindi il top delle denominazioni, che vende quasi 10 milioni di litri per un valore di oltre 45 milioni di euro.