




La Rocchelli commenta i Dati Symphony IRI 2011 sulle vendite in Gdo: scenario piatto

 Autore: Jessica Bordoni  gio, 9 feb 2012

 Tag: Gdo, Maurizio Rocchelli, Pietro Rocchelli, Symphony IRI, Sofia Rocchelli

Pubblicato in Aziende e vini, Mondo del Vino, Notizie

Sono disponibili i Dati Symphony IRI sull'andamento delle vendite di vino nei supermercati e ipermercati nazionali relativi all'anno 2011 (vedi il grafico Elaborazioni 2011). *Civiltà del bere* ha chiesto un commento in anteprima a Pietro Rocchelli, titolare con la sorella Sofia dell'agenzia milanese Maurizio Rocchelli, che dal 1980 supporta le aziende vinicole e alimentari nella gestione commerciale e del marketing e ha tra i suoi punti di forza la commissione e l'interpretazione di ricerche e studi di scenario, in particolar modo quelli sull'andamento della Grande distribuzione in Italia.



Pietro Rocchelli

«Nessuna novità rilevante a una prima lettura dei macro indicatori desunti dai dati **Simphony IRI** sulle vendite di vino nei supermercati e ipermercati italiani nell'anno appena concluso: scenario piatto. Le vendite del totale vino Italia in Gdo segnano il passo registrando un dato di sostanziale stabilità in uno scenario di stanchezza: -0,1% nelle vendite a pezzi. Solo se andiamo a guardare le vendite del comparto 0,75 litri possiamo consolarci leggendo un dato molto timidamente positivo: +1% !!

Certo, di questi tempi ci si deve accontentare. Ma crediamo sia importante cercare più a fondo per individuare qualche trend positivo da agganciare. Ebbene i dati sembrano dirci che piace il bere bianco, leggero, profumato. È naturale pensare subito al Prosecco ma vediamo crescere anche Müller e Vermentino e probabilmente verranno altri vini e spumanti che sapranno interpretare questa ricerca di leggera e fresca quotidianità.

Ricordiamoci del fenomeno **Pignoletto** che tanta attenzione aveva sollevato lo scorso anno. Non sembra una semplice moda, si direbbe una tendenza di lungo periodo che di anno in anno si consolida.

Per quanto riguarda lo scenario competitivo, ancora una volta i dati fotografano una situazione di sostanziale stabilità; è stato un anno statico, nessuna novità di rilievo neppure sul fronte degli assortimenti e dell'offerta. Osservando le posizioni della classifica delle vendite degli ultimi 5 anni, dal 2007 ad oggi, si vedono gli stessi operatori con spostamenti di posizione principalmente imputabili al duplice effetto da una parte della evoluzione delle preferenze che hanno favorito, come detto, vini dal profilo più beverino e facile, dall'altra alle politiche di vendita della Gdo che hanno favorito le vendite di quei vini che, oltre a garantire alte rotazioni, hanno potuto sostenere meglio di altri gli aumenti di prezzo finale senza intaccare eccessivamente il margine dei Retailer.

Certo nel mondo del vino le novità, se e quando ci sono, sono lente nell'emergere e nell'affermarsi, è così si è concluso un altro anno di prassi... i soliti operatori ai soliti posti nella graduatoria dei best-seller. Ma aspettiamoci novità: la vendemmia è stata scarsa, i listini sono in aumento, le negoziazioni per i rinnovi degli accordi di fornitura sono in corso e sono sempre meno semplici e scontati e poi il fenomeno delle **Private Label** è cresciuto, è in crescita e crescerà ancora. Lo sappiamo: la Gdo ha dichiarato guerra alle Marche perché è e vorrà sempre più essere Marca lei stessa. Anche nel vino. Inoltre i recenti passaggi di mano nella proprietà di alcune Cantine importanti e nuovi accordi distributivi che hanno coinvolto marchi di diffusione rilevante, potrebbero modificare alcuni equilibri che fino ad ora hanno dominato e trattenuto ogni tensione e novità. Vedremo».