



Aziende in campo di Emanuele Scarci


[« Precedente »](#)
[» Successivo »](#)

6 MARZO 2014 - 9:24

[Commenti \(0\)](#)


Scivolano i consumi di vino in Italia (-6,5%), ma si beve meglio



Consumi di vino in Italia in caduta libera ma l'aumento a due cifre dei prezzi dà fiato ai produttori. L'anno scorso le vendite di vino confezionato nella grande distribuzione sono cresciute a valore del 3,1% a 1,51 miliardi ma sono scivolate a volume del 6,5%. Un aumento medio dei listini di oltre il 10% ha permesso ai produttori di parare il colpo; l'anno prima le vendite erano calate del 3,7% ma il valore era salito dell'1,7%.

Nel 2013 hanno vinto i vini frizzanti, legati al territorio ma con un consolidamento del trend dei rossi oltre i 6 euro la bottiglia e i bianchi oltre i 5. Si conferma anche il fenomeno all'assuefazione delle promozioni: il taglio dei prezzi risulta sempre meno efficace rispetto alle scelte del cliente. «Il consumatore sceglie di più i prodotti facili da bere - osserva Pietro Rocchelli, consulente di marketing dell'agroalimentare - ma premiano anche le bottiglie dai 5 euro in su. In un arco temporale di 5 anni, escono vincitori il Vermentino, il Bonarda, il Prosecco e il Pignoletto. Bene gli emergenti: Morellino, Negroamaro e Syrah».



Secondo le rilevazioni 2013 di Iri, il vitigno più venduto è risultato il Lambrusco, oltre 15 milioni di bottiglie, seguito dal Chianti, 13,8 milioni, dal Bonarda, 9 milioni, e dal Barbera, 8,8 milioni. Negli ultimi 5 anni i campioni di crescita sono stati Vermentino (+57%), Prosecco (+44%), Bonarda (+31%) e Gattinaccio (+26%). In caduta, Trebbiano (-33%), Nero D'Avola (-31%) e Merlot (-23%).

L'anno scorso la pressione promozionale nella gdo ha raggiunto picchi del 50-60%, in particolare nella fascia di prezzo più bassa di bianchi e rossi ma con risultati alterni. «Nella fascia di mezzo si muore - esordisce Ettore Nicoletto, ad di Santa Margherita -. I volumi si realizzano nella fascia bassa e in quella alta: abbiamo ottenuto ottimi risultati cavalcando il fenomeno del Prosecco ma anche grazie a performance nelle categorie, come il Pinot grigio, in crisi. Se si posiziona bene il prodotto nello scaffale e nella fascia prezzo i risultati arrivano». Infatti nel 2013 Santa Margherita avrà i migliori risultati della sua storia: record per Mol ed Ebit e fatturato a 102 milioni (+7,1%).



Un anno positivo anche per Banfi.


«Nell'ultima parte del 2013 – interviene Enrico Viglierchio, dg della cantina senese - abbiamo rilevato segnali di una ripresa importante nella ristorazione; in calo invece nella gdo che sembra orientata più al prezzo». E il 2014? «Ci sono segnali incoraggianti - conclude Viglierchio - ma è difficile dire cosa accadrà sul medio-lungo

termine».



Anche Gianluca Bisol, titolare della cantina di Valdobbiadene, conferma una ripresa nel canale Horeca. «Nel primo bimestre - dichiara l'imprenditore - le vendite sono aumentate dell'8%. È tornato un po' di ottimismo, dopo la mezza delusione del 2013 con il Prosecco in crescita di "appena" l'1,5%».

Bisol però conferma che anche quest'anno il driver di crescita rimarrà l'export (il 60% del fatturato).

 Segui @scarci 302 follower