

Le etichette più apprezzate

LE VENDITE DEI PRINCIPALI VITIGNI 2013

	Vendite di bottiglie da 0,75 lt	Prezzo medio (euro)
1 Lambrusco	15.162.766	2,55
2 Chianti	13.850.517	3,58
3 Bonarda	8.989.300	2,70
4 Barbera	8.778.456	3,02
5 Montepulciano	8.758.734	2,53
6 Chardonnay	8.018.439	3,10
7 Sangiovese	7.012.075	2,70
8 Vermentino	6.681.580	4,07
9 Nero d'Avola	6.600.034	2,93
10 Merlot	4.694.973	2,76

VENDITE DI VINO IN ITALIA NELLA GDO. Dati 2013 e var. sul 2012

Valore (euro)	1.515.876.496	⊕ +3,1
Volume (litri)	517.720.972	⊖ -6,5
Unità (bottiglie e brick)	546.914.540	⊖ -5,7

Fonte: elaborazione su dati Iri

Consumi. Prezzi in crescita del 10%

Nel 2013 fatturato del vino +3,1% ma si beve meno

Emanuele Scardi

MILANO

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 1,52 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 Gatturmo (+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 risul-

tati 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 Vi-

SEGNALI POSITIVI

Nicoletto (S. Margherita): pronto il miglior bilancio della nostra storia
Viglierchio (Banfi): vendite in netta ripresa nei ristoranti

glierchio, 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).

© EPICURE ON FOCUS 18