



WHITE PAPER

Nel 2017 gli Italiani hanno bevuto buon vino!

**Analisi sull'andamento del mercato del vino nel Largo Consumo
Confezionato**

Maggio 2018

Nel 2017 gli Italiani hanno bevuto buon vino!

Analisi sull'andamento del mercato del vino nel Largo Consumo Confezionato

LE “DENOMINAZIONI” PRIMEGGIANO

Nel 2017 l'andamento del mercato del vino resta sui livelli degli ultimi due anni, evidenziando un risultato di -0,2% a volume e +1,9% a valore (considerando i canali Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio Piccolo e Discount).

Come già accaduto negli ultimi anni le “denominazioni” segnano risultati migliori rispetto ai vini da tavola: limitandoci alla bottiglia fino a 0,75lt, è da segnalare un +2% a volume ed un +4% a valore (circa 5,5 milioni di litri e 50 milioni di euro in più).

Gli Spumanti e gli Champagne complessivamente

mostrano una crescita sempre sostenuta: 4,9% a volume, 6,7% a valore.

Nel 2017 vediamo dunque confermato il trend di fondo osservato negli ultimi anni, con la crescita delle denominazioni (DOCG/DOC/IGT), la crescita del formato da 0,75, con un andamento dei vini Bianchi migliore rispetto a quello dei vini Rossi e un aumento delle vendite degli Spumanti, in particolare nella versione “Secco”.

Al contrario, come già avvenuto in passato, i bottiglioni da un litro e mezzo continuano a perdere terreno in termini di vendite: quasi 2 milioni di pezzi in meno nel 2017.

Dimensioni e trend del mercato

	Vendite in volume (litri)	Variazione % Vol.	Vendite in valore (€)	Variazione % Val.	Prezzo medio litro	Variazione % Prezzo Medio Lt
Tot Vino Confezionato	648.135.952	-0,2	1.849.036.464	1,9	2,85	2,2
Tot. DOCG_DOC_IGT	382.821.232	0,7	1.456.964.144	3,0	3,81	2,3
Tot. DOCG_DOC_IGT 75cl	280.052.268	2,0	1.272.550.652	4,0	4,54	2,0

Fonte: IRI InfoScan Census ®- Totale Italia Ipermercati, Supermercati, LSP, Discount. Anno 2017

Andamento dei formati

	Vendite in volume (litri)	Variazione % Vol.	Vendite in valore (€)	Variazione % Val.	Prezzo medio litro	Variazione % Prezzo Medio Lt
Tot Vino Confezionato	648.135.952	-0,2	1.849.036.464	1,9	2,85	2,2
Vino Fino A 0.75lt	316.253.420	1,1	1.366.756.016	3,4	4,32	2,3
Brik	184.111.980	-0,6	236.834.332	-0,7	1,29	-0,1
Vino Da 0.76lt A 2lt	72.237.090	-2,5	147.788.872	-4,6	2,05	-2,2
Vino Altri Formati	26.149.344	-9,5	37.834.870	-7,1	1,45	2,7
Bag In Box	13.646.170	5,4	21.728.165	7,4	1,59	1,8
Plastica	35.737.956	0,1	38.094.040	-0,2	1,07	-0,4

Fonte: IRI InfoScan Census ®- Totale Italia Ipermercati, Supermercati, LSP, Discount. Anno 2017

CONTINUA IL SUCCESSO DEGLI SPUMANTI

Per il secondo anno di fila, osserviamo la difficoltà dei vini frizzanti (bianchi e rossi in particolare), che da qualche tempo hanno un nuovo competitor rappresentato dagli Spumanti; questi ultimi beneficiano di un processo di “destagionalizzazione” dei consumi, soprattutto per quanto concerne gli Spumanti Secchi, che porta nettamente in positivo il risultato raggiunto da questi prodotti durante l’anno da poco concluso.

Già dal 2016 abbiamo potuto constatare che gli Spumanti sono diventati un’alternativa ai vini nel consumo quotidiano degli italiani. Si tratta di un fattore positivo che consente ai produttori di raggiungere nuovi consumatori; una novità da non trascurare, frutto della voglia di rompere schemi predefiniti.

La “destagionalizzazione” è manifestata dalla costante e sostenuta crescita delle vendite degli Spumanti in tutti i mesi dell’anno, crescita che si indebolisce a dicembre, mese in cui tradizionalmente si consumano più “bollicine” (festeggiamenti di fine anno).

Non è un caso che aziende storicamente impegnate nella produzione di vino, abbiano lanciato negli ultimi anni 3 anni degli Spumanti (generici o a vitigni regionali).

Aggiungiamo che tale tendenza è stata anche agevolata dalla competitività in termini di prezzo che ha caratterizzato gli ultimi anni; prezzi in non pochi casi vicini a quelli dei vini frizzanti, soprattutto se consideriamo il posizionamento degli spumanti generici.

QUALI NOVITÀ?

Tra i vini emergenti troviamo al primo posto il Grillo (che si era fatto notare già lo scorso anno), seguito da Primitivo ed Ortrugo (due bianchi ed un rosso), che tra l’altro esistono anche in versione spumantizzata.

Oltre la metà dei vini emergenti ha un prezzo medio a bottiglia > 4 euro. Cosa significa? Dietro questa tipologia di offerta troviamo un consumatore che prova nuovi vini, anche con prezzo medio sostenuto.

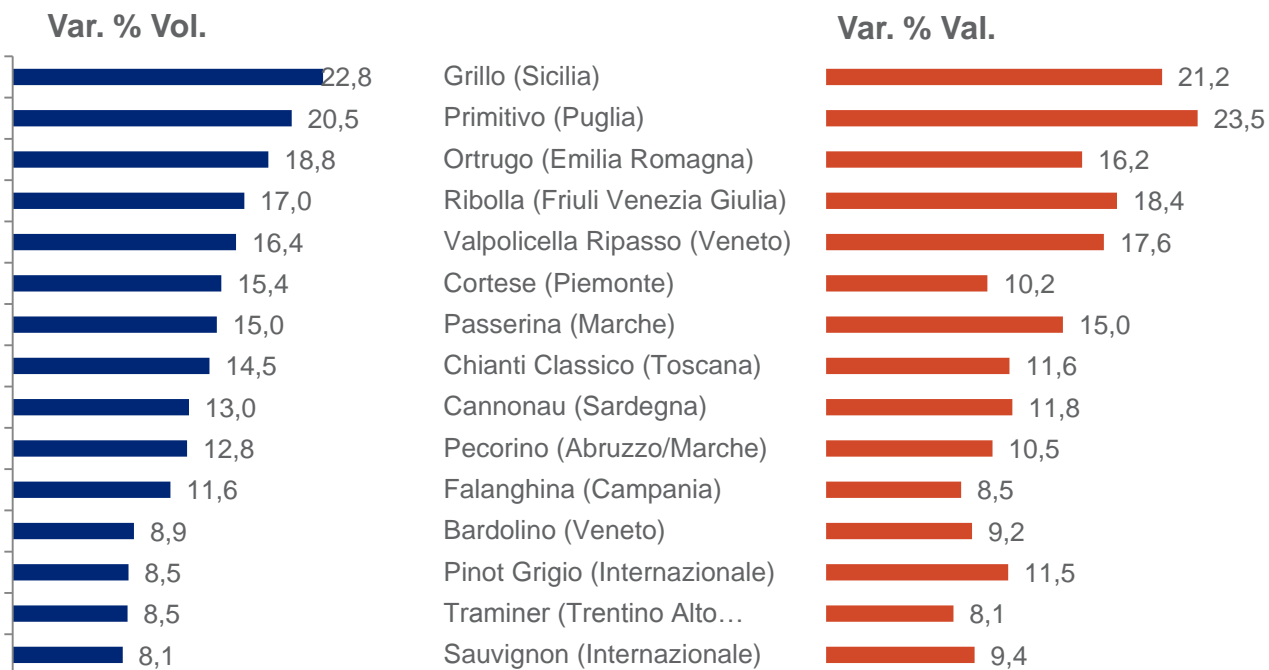
Analizzando lo spaccato che mostra l’andamento delle denominazioni per regione emerge che la Toscana, prima per i Vini Rossi, e il Veneto, primo per i Bianchi, crescono più del mercato (oltre ad occupare il primo posto). I vini Rosati che spiegano una piccola fetta del mercato del vino, vedono Puglia ed Abruzzo inseguire il leader Veneto, con tassi di crescita interessanti, rispettivamente del 7% e del 6% a volume (il veneto stabile sull’anno precedente)

Vini Fermi, Vini Frizzanti e Spumanti

	Vendite in volume (litri)	Variazione % Vol.	Vendite in valore (€)	Variazione % Val.
Tot Rosato Frizzante	7.949.744	3,9	24.479.722	2,3
Tot Rosato Fermo	28.020.014	1,9	63.661.038	3,6
Tot Bianco Fermo	233.758.524	0,9	623.211.000	3,0
Tot Bianco Frizzante	41.483.078	-0,1	138.976.890	0,1
Tot Rosso Frizzante	41.902.311	-1,2	115.548.952	0,5
Tot Rosso Fermo	295.014.316	-1,3	883.065.016	1,5
Champagne/Spumante	68.075.288	4,9	468.100.960	6,7

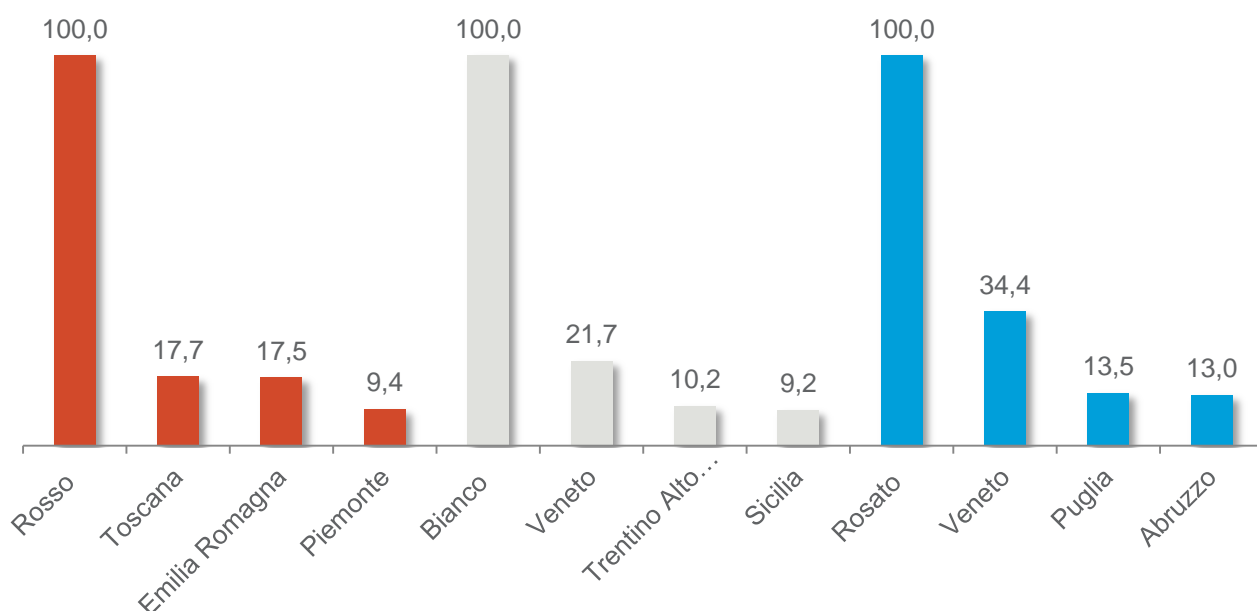
Fonte: IRI InfoScan Census ®- Totale Italia Ipermercati, Supermercati, LSP, Discount. Anno 2017

Classifica delle denominazioni per crescita a volume - 75cl



Fonte: IRI InfoScan Census®- Formato da 0,75 Lt. Totale Italia Ipermercati, Supermercati, LSP, Discount. Anno 2017

Vini in bottiglia fino 0,75lt: le prime regioni DOCG-DOC-IGT per colore



Fonte: IRI InfoScan Census®- Totale Italia Ipermercati, Supermercati, LSP, Discount. Anno 2017

GUARDANDO AL DOMANI....

Il 2018 sarà un anno importante per i prezzi. L'ultima vendemmia non abbondante ha creato situazioni di tensione che nel corso dell'anno si rifletteranno sui prezzi a scaffale, l'attenzione è ora rivolta alla reazione dei consumatori.

I primi tre mesi dell'anno confermano tale preoccupazione con prezzi in aumento (+10%) e promozioni in calo (-7 punti); ad essere più colpiti i vini da tavola e più in generale quelli di fascia prezzo medio-bassa. Resta da valutare quanto accadrà nel prosieguo dell'anno.

Fonte: IRI InfoScan Census ®- Totale Italia Ipermercati, Supermercati, LSP

IRI è leader mondiale nella gestione di big data, soluzioni analitiche predittive e generazione di insight con l'obiettivo di supportare la crescita delle aziende del largo consumo, retail e media. Facendo leva sul più grande patrimonio di informazioni su acquisti, investimenti sul punto vendita, media, shopper loyalty e comportamento dei consumatori, il tutto integrato in piattaforme tecnologiche on demand, IRI guida oltre 5.000 Clienti nel mondo nella ricerca continua di eccellenza, nello sviluppo della quota di mercato, nello stabilire un legame con i propri consumatori, con l'unico obiettivo di far crescere il loro business. Visita il sito www.iriworldwide.com/it-IT per saperne di più.

Via dei Missaglia 97, 20142 Milano, T +39 02 52579 1
Via del Porto Fluviale 35, 00154 Roma, +39 3357312283

Copyright ©2018 Information Resources, Inc. (IRI). All rights reserved. IRI, the IRI logo and the names of IRI products and services referenced herein are either trademarks or registered trademarks of IRI. All other trademarks are the property of their respective owners