

GDO

Nei supermarket aumentano le vendite di bottiglie Doc e Docg

I prodotti private label protagonisti di un exploit: +10% a valore nel 2018

Enrico Netti

Nella scelta del vino da comperare al supermercato nel 2018 gli italiani hanno privilegiato molto di più la qualità rispetto al passato. Dal confronto con l'anno precedente c'è stata una flessione di quasi il 4% nei volumi acquisti nei canali della grande distribuzione mentre la crescita a valore è stata del 3,4%. In particolare l'aumento medio della bottiglia è stato del 7,4% mentre il prezzo medio è cresciuto del 6,5%, diretta conseguenza della vendemmia 2017, tra le più scarse dal dopoguerra. In flessione invece la pressione promozionale calata di due punti percentuali. Nel 2018 c'è poi stato l'exploit delle etichette private label che segnano un aumento a valore del 10%. È quanto ieri è emerso dalla tavola rotonda sul mercato del vino nella Gdo organizzata da Veronafiere con Iri.

Si riduce il gap tra i vini generici e quelli Igt, Doc e Docg e solo queste ultime due denominazioni sono riuscite a mantenere i volumi. Il prezzo medio di una bottiglia Igt si attesta intorno ai 3,1 euro contro i 4,2 di una etichetta Doc e Docg. Tra i vini più

costosi spiccano quelli del Nord: il Lugana, con un costo di 8,2 euro a bottiglia, il Valpolicella (8 euro) e il Ribolla (5,9 euro) a conferma del valore aggiunto del territorio e dei disciplinari.

Guardando la classifica a volume il Lambrusco conserva la leadership seguito a breve distanza dal Chianti che, grazie ad un maggiore prezzo unitario, è sul gradino più alto del podio delle vendite. «Vendemmie abbondanti o scarse hanno effetto sui prezzi delle uve destinate ai vini, in particolare ai vini da tavola, che pagano le forti oscillazioni al rialzo con importanti cali dei volumi - commenta Virgilio

I NUMERI

+7,4%

Prezzo medio

L'aumento del prezzo medio delle bottiglie nel 2018 secondo le rilevazioni di Iri nel canale Gdo. Tra le concause il cattivo andamento della vendemmia 2017, una delle più scarse dal dopoguerra

-3,8%

Volumi in flessione

Lo scorso anno le vendite nei market hanno fatto registrare una discreta flessione

Romano, Business Insight Director di Iri. I disciplinari delle denominazioni proteggono da tali oscillazioni permettendo alle aziende di mantenere politiche commerciali e di marketing stabili nel tempo. Agli inizi del 2000 la percentuale di vini con marchio di qualità (Docg/Doc/Igt) era inferiore al 60%, oggi siamo arrivati intorno al 70%. Questa è la strada per continuare a valorizzare territori e produzioni».

C'è poi il fenomeno del vino con la marca del distributore che sta vivendo un momento particolarmente positivo: le vendite lo scorso anno hanno raggiunto i 156 milioni di valore (+10% sul 2017) nonostante un calo del 2% nei volumi. Nel 2018 c'è stato un vero e proprio exploit, +7% a volume e +11,4% a valore, delle bottiglie private label con la netta affermazione delle etichette Doc e Docg e, in misura leggermente ridotta di quelle Igt. Crescita a due cifre a valore anche per i vini nel brick ma con un calo dei volumi del 4 per cento. «Attenzione a non disperdere nel 2019 quanto di buono costruito nella relazione con il consumatore cercando di comunicare il giusto rapporto tra qualità e prezzo» avverte Alessandro Masetti, Responsabile settore alimentari e liquidi di Coop Italia. Così la "scommessa del valore" raccoglie il consenso dei rappresentanti delle cantine, Federvini e Unione italiana vini.

IRIPRODUZIONE RISERVATA

