

L'indagine Iri per Vinitaly nella Gdo

Vini e spumanti battono anche il Covid gli italiani all'iper scelgono bottiglie top

MARCO FROJO

I primi mesi a passo di carica, poi c'è stata una graduale frenata. Tuttavia le vendite a valore sono cresciute molto di più di quelle a volume. E per il settore l'anno si chiuderà in modo positivo

Vini e spumanti sono andati a ruba sugli scaffali dei supermercati durante i lockdown, per poi vedere rallentare le vendite con la progressiva riapertura di bar e ristoranti. Non si tratta però di un gioco a somma zero: al termine della pandemia, che si sta ormai avvicinando, i consumi saranno superiori a quelli del periodo pre-Covid. È questo quanto emerge dall'indagine «Iri per Vinitaly», che ha messo sotto la lente il comparto dei vini nella Gdo, andando ad analizzare nel dettaglio le vendite, le preferenze degli italiani e ipotizzando l'andamento nei mesi a venire.

Secondo le rilevazioni effettuate da Iri, il bilancio dei primi nove mesi di quest'anno è ancora ampiamente positivo ma è in atto una frenata destinata a proseguire anche nell'ultimo trimestre dell'anno. Da gennaio a settembre i volumi sono cresciuti del 2% rispetto al 2020 e dell'8,6% rispetto al 2019. Questo andamento è però la somma di tre trimestri molto differenti fra loro. Il periodo gennaio-marzo è stato molto positivo (+3,7% rispetto al 2020 e +6% rispetto al 2020) per il semplice fatto che si è confrontato con vendite non ancora spinte dal lockdown (ndr, la prima corsa agli scaffali è avvenuta nell'ultima domenica di febbraio, mentre il lockdown è stato dichiarato il 9 marzo). Il periodo aprile-giugno ha invece già iniziato a risentire delle riaperture, che quest'anno so-

no avvenute prima: rispetto al secondo trimestre del 2020 si è infatti registrato un calo dei volumi dell'1,1%, mentre rispetto al 2019 il progresso è stato del 2,7%. Nel terzo trimestre dell'anno, quello che si è appena chiuso, le vendite a volume sono arretrate sia rispetto all'analogo periodo del 2020 (-0,7%) sia rispetto a quello del 2019 (-0,2%).

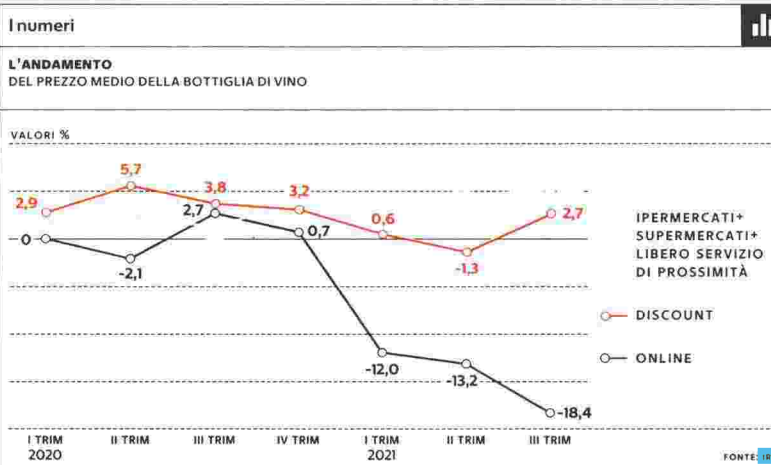
«L'andamento delle vendite di vino nel corso del 2021, ancora in terreno positivo, mostra una progressiva erosione della crescita maturata nei primi mesi dell'anno, una diretta conseguenza della condizione di quasi normalità favorita dalla campagna vaccinale - spiega Virgilio Romano, business insight director di Iri, nonché autore della ricerca - E per normalità si intende una maggiore libertà di consumare vini e spumanti fuori casa, una maggiore presenza nelle sedi di lavoro e, di conseguenza, una minore spesa per consumi casalinghi. Abbiamo così assistito una grande crescita nei primi mesi dell'anno, seguita da un ribaltamento di fronte in quelli successivi». Romano, che per comodità suddivide l'anno in bimestre, ricorda come nei primi due mesi del 2020 il Covid-19 già ci fosse ma semplicemente «non lo sapevamo ancora»; la Pasqua 2020 «è praticamente saltata», mentre quella di quest'anno è stata festeggiata, «consentendo così di recuperare le vendite di vini e spumanti». «I due bimestri successivi sono stati invece i primi a confrontarsi a parità di scenario con il 2020, con il non trascurabile inizio della campagna vaccinale che ha migliorato il nostro quotidiano - prosegue l'esperto - Nei prossimi mesi ci aspettiamo ancora una correzione al ribasso dei trend, in particolare considerando che l'ultimo bimestre 2020 lo abbiamo vissuto chiusi in casa». Cosa che con ogni probabilità non si ripeterà quest'anno. «In definitiva possiamo aspettarci a fine anno risultati che pagheranno lo scotto di una forte crescita del 2020 ma che lo faranno in modo tutto sommato accettabile», prevede il business insight director di Iri.

Alla formulazione di questa previsione positiva contribuisce anche il dato relativo alle vendite a valore, che sono cresciute molto di più di quelle a volume: +9,7% contro il +2%. Questo significa che la scelta dei consumatori italiani si è spostata su vini più cari. Un altro elemento che emerge chiaramente dall'indagine di Iri è come nel 2020 a trainare la crescita siano stati soprattutto i vini, mentre quest'anno il testimone è passato agli spumanti. A fronte del rallentamento dei primi si registra infatti l'accelerazione di questi ultimi.

Un discorso a parte va poi dedicato al boom delle vendite di vini e spumanti sul canale online della Gdo. Nei primi nove mesi di quest'anno hanno messo a segno un balzo del 58% rispetto al 2020 e addirittura del 253% rispetto al 2019. Nonostante questa performance rappresentino però solo l'1,3% del mercato a valore e lo 0,9% a volume, avendo però l'accortezza di annotare che, se si escludono dal conteggio i primi prezzi e si prendono dunque in considerazione solo i vini che costano più di 5 euro a bottiglia, la quota dell'online sale all'1,8%. Il prezzo medio del vino venduto online è infatti di 4,1 euro a bottiglia, valore che scende a 3,9 euro se si considerano solo gli ipermercati, i supermercati e i negozi di prossimità e a 2,1 euro per il vino venduto nei discount. Si tratta di prezzi in calo per l'online rispetto al periodo pre-Covid, in crescita per i supermercati e sostanzialmente stabili per i discount. «Il calo del prezzo medio del canale online è coerente con l'ampliamento della platea di clienti ed in linea con quanto accade su altre categorie nel medesimo canale», rileva l'esperto di Iri che definisce il Web un «canale di assoluto interesse». Oltre che sul Web, la vendita di vini resta sostenuta nei discount e nei supermercati, mentre mostra il calo più marcato nel libero servizio. In questo contesto «la dinamica dei prezzi e delle promozioni assume una valenza molto importante in uno scenario di progressiva normalizzazione».



EMMA TUMBALDI/GETTY



2

PER CENTO

Da gennaio a settembre i volumi sono cresciuti del 2% rispetto al 2020

3,7

PER CENTO

Il periodo gennaio-marzo è stato molto positivo: +3,7% rispetto al 2020

1 Il periodo aprile-giugno ha già iniziato a risentire delle riaperture, che quest'anno sono avvenute prima

Focus

I PREZZI ONLINE

Il prezzo medio del vino venduto online è di 4,1 euro a bottiglia, valore che scende a 3,9 euro se si considerano solo gli ipermercati, i supermercati e i negozi di prossimità e a 2,1 euro per il vino venduto nei discount. Si tratta di prezzi in calo per l'online rispetto al periodo pre-Covid, in crescita per i supermercati e stabili per i discount

