

Grande impulso alle vendite in questi mesi
Il cambio di abitudini resterà anche dopo la crisi

«La Gdo una risorsa per il vino»

ECCO I RISULTATI DELLA RICERCA IRI-VINITALY SUI PRIMI DIECI MESI PRESENTATA A WINE2WINE EXIBITION

Luciano Pignataro

Finito il lockdown primaverile le vendite di vino nei supermercati si erano stabilizzate e i consumatori in estate avevano ripreso le loro abitudini d'acquisto. Nel 2021 con ogni probabilità l'andamento altalenante del mercato del vino nella Grande distribuzione cesserà non appena la pandemia sarà sotto controllo, ma qualcosa dei cambiamenti in atto rimarrà. Se ne è parlato alla 16ª edizione della tavola rotonda «Vino e Grande distribuzione aumentano fronte al cambiamento», organizzata da Veronafiere nell'ambito di Wine2Wine Exhibition.

È stata presentata la ricerca IRI per Vinitaly sui primi 10 mesi del 2020: le vendite di vino nella Grande distribuzione aumentano nel 2020 del 6,9% a valore e del 5,3% a volume rispetto all'anno precedente (dati aggiornati all'8 novembre 2020). La crescita, sospinta dalle vendite eccezionali nel trimestre primaverile del lockdown e dalle chiusure di

bar, ristoranti e affini, si è tradotta in una buona performance degli spumanti, dei vini doc e una discreta progressione dei vini da tavola. Vanno sottolineati gli aumenti dei vini di categoria medio/alta con la crescita del 13,6% nella fascia di prezzo tra 7 e 10 euro e dell'8,7% nella fascia di prezzo tra 5 e 7 euro. Gli spumanti aumentano del 10,4%, nonostante il crollo nel mese di aprile. Crescono il vino comune, del 4,2% a volume, e il vino a marchio delle insegne distributive (MDD) che aumenta, a valore, dell'8,7% nel comparto vino e del 10,8% nel comparto spumante. I vini biologici, una categoria di nicchia nella Grande distribuzione, mantengono la stessa crescita del 2019: +12,5%, a volume (in allegato le tabelle dell'IRI).

L'analisi dell'IRI evidenzia come lo sviluppo del mercato del vino nella Gdo si realizzi in un contesto di aumento dei prezzi (+1,4%) e di calo delle promozioni (-3%). L'elemento determinante è stato l'andamento della pan-

demia. Dopo la stabilizzazione del periodo estivo, le vendite di vino hanno ripreso a correre in coincidenza della seconda ondata: +2,8% in ottobre e +6,7% nelle prime due settimane di novembre.

I numeri possono aiutare a interpretare le nuove abitudini di acquisto dei consumatori. Le stelle polari sono: salutismo, qualità, gratificazione e sostenibilità, ma anche la convenienza. Aumentano i vini di qualità a denominazione d'origine, ma nel contempo anche il vino comune da tavola, dunque una forchetta che privilegia fasce alte e basse. Infine, nei primi 10 mesi del 2020 sono aumentate del 122% le vendite di vino on line e del 200% quelle dei grocery di piccole dimensioni.

“Cosa rimarrà in futuro di questi cambiamenti? – si è chiesto Virgilio Romano, Business Insight Director di IRI – In estate abbiamo registrato un ritorno dei consumatori alle consuete abitudini di acquisto. Ma il 2021 non potrà essere uguale al 2020.

Certamente non potrà toccare gli stessi picchi di vendita, ma vedrà anche tanti consumatori fidelizzati agli acquisti da casa e agli acquisti on line come pure alle piccole superfici di vendita 'di prossimità'. Bisognerà saper decodificare i diversi segnali trasmessi dagli shopper”.

La ricerca di IRI per Vinitaly è stata commentata nel corso della tavola rotonda a Wine2Wine Exhibition, condotta da Luigi Rubinelli, Direttore di RetailWatch, dai rappresentanti della Grande distribuzione e delle cantine.

Enrico Gobino rappresentante di Unione Italiana Vini ha invitato a studiare i comportamenti dei consumatori: “Il modo di consumare si adatta alle limitazioni del momento, l'unica cosa alla quale non ci si può adattare è la diminuzione del potere d'acquisto. Nel nuovo contesto la Gdo può operare come elemento virtuoso nel mercato del vino, creando una catena di valore. Le cantine devono disporre di una distribuzione multicanale: non esistono canali di serie A e di serie B”.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IDATI

Grande distribuzione, biologico a +16%

La Grande distribuzione organizzata (Gdo) sta trainando la vendita dei prodotti biologici, +16,4% nell'ultimo anno, con un fatturato ormai doppio rispetto a quello dei negozi specializzati che continua a crescere +3,2% nel 2019. Nel 2020 trend positivo anche per l'e-commerce con l'acquisto online di prodotti biologici per il 12,5% del totale delle vendite. Oltre 22 milioni di famiglie italiane hanno acquistato almeno una volta un prodotto

biologico nell'ultimo anno, per un giro di affari complessivo di 3,3 miliardi di euro. È quanto emerge da un'analisi del Wwf Italia sul settore e sulla considerazione che l'«Italia del biologico deve puntare al 40% di superficie agricola utilizzata (Sau) entro il 2030 per una vera transizione ecologica. In questo modo avrebbe così l'opportunità di vincere la sfida della competitività dei suoi prodotti agroalimentari a livello internazionale.





VINITALY
A destra, Giovanni Mantovani, direttore del Vinitaly. Nel corso della nuova edizione di Wine2Wine è stata presentata la ricerca sull'andamento delle vendite del vino nella Grande Distribuzione con risultato davvero sorprendenti per il futuro.

