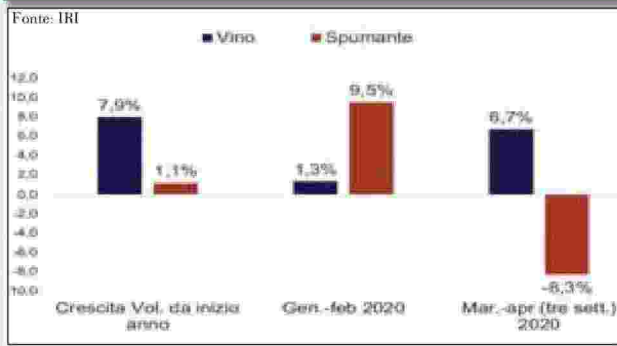
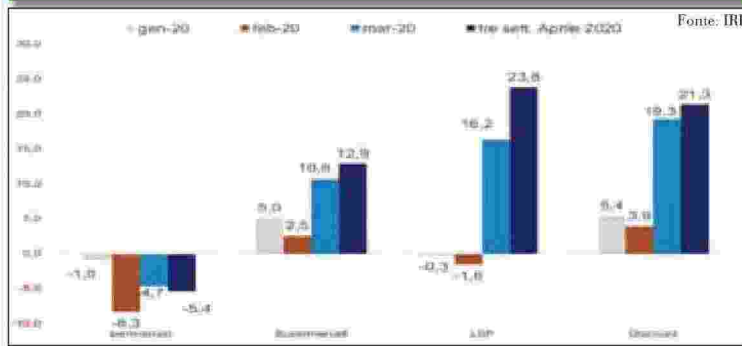


Tasso di crescita nelle settimane del 2020



Andamento dei canali a volume nei primi 4 mesi del 2020



Radiografia IRI per Vinalty-Veronafiere. Ipermercati alle strette. Boom del bag in box

La rivincita del vino da tavola

Covid-19 muta i consumi. I piccoli esercizi vendono di più

DI ARTURO CENTOFANTI

Riscoperta del vino da tavola, meglio se in bag in box, dei supermercati medio-piccoli vicini alle abitazioni e del libero servizio piccolo (Lsp), mentre soffrono gli ipermercati. Il coronavirus ha cambiato le abitudini per quanto riguarda la vendita del vino dove a crescere maggiormente sono i canali con una superficie inferiore a 400 metri quadrati. A dirlo è la ricerca di IRI per Vinalty effettuata nel periodo tra il 1° gennaio e il 19 aprile. Nell'Lsp e nelle piccole strutture si ha un numero di referenze medio poco superiore a 100 rispetto a 400 nei supermercati, 600 negli ipermercati e circa 70 nei discount; con una pressione promozionale nei piccoli esercizi, a valore, inferiore al 20%, rispetto a un 40% per supermercati e ipermercati. Inoltre, c'è un maggior peso attribuito al vino da tavola, che rappresenta oltre il 50% dei volumi rispetto ai vini doc e docg, che pesano circa il 24%. Questo aspetto ha caratterizzato l'andamento delle vendite. In particolare, a marzo, in piena quarantena, quando a crescere è stato il vino in brik, +8,8% e il bag in box che è cresciuto del 36,8%. I vini doc e docg sono aumentati del 9,9%, mentre i vini Igt del 4,0%. In calo le bollicine, scese del 5,4%, mentre il Prosecco è cresciuto dell'8,3%. Nelle due settimane pasquali, invece, le vendite di vino sono aumentate del 10,2%, mentre si è verificata una sensibile flessione delle bollicine, -38%. «Da inizio anno la crescita maggiore la fanno registrare il vino Igp ed il vino

comune (da tavola). La crescita dei vini doc/docg, pur sostenuta, è frenata probabilmente dal minore assortimento presente nei negozi più piccoli e dal minor tempo dedicato all'acquisto», sottolinea **Virgilio Romano**, business insight director di IRI. Tuttavia nei tre mesi e mezzo in esame (a gennaio e febbraio non c'erano le restrizioni da Coronavirus) si è avuta una crescita a volume del 7,9 e del 6,9% a valore, rispetto allo stesso periodo del 2019. Nel dettaglio i vini doc e docg sono cresciuti del 6,8% (+7,6% a valore), i vini igp e igt del 10,5% (+7,7% a valore), i vini comuni del 7,2% (+4,1% a valore), le bollicine dell'1,2% (+1,6% a valore). Prosegue anche la crescita del vino biologico, che nel primo trimestre 2020 ha venduto un milione e 559 mila litri, con un aumento del 19%. Se si considerano i vini in bottiglia nel formato da 0,75, i dati di

marzo evidenziano un maggior gap di crescita rispetto alla chiusura 2019 per i vini rossi (nella versione frizzanti e fermi), fatta eccezione per il discount, dove sono i vini rosati a mostrare una maggior dinamicità rispetto allo scorso anno. «La crescita degli acquisti di vino nella grande distribuzione non basta a colmare il gap di domanda che si è creato con la chiusura del canale horeca, specie per la fascia alta delle etichette», ha osservato **Giovanni Mantovani**, direttore generale di **Veronafiere**. «I dati dimostrano una oggettiva propensione al risparmio, specie nel mese di aprile, da parte dei consumatori». Nell'anno passato sono stati venduti quasi 670 milioni di litri nella distribuzione moderna per un valore di poco superiore ai 2 miliardi di euro. Il prezzo medio (al litro) è di 4,66 euro.

© Riproduzione riservata

I pesi dei diversi segmenti per canale negli ultimi 12 mesi

Peso del canali a volume	Vino Doc/Docg	Vino Igp (Igt)	Vino da Tavola	Champagne + Spumante
Ipermercati	39	23	23	15
Supermercati	33	22	33	12
Libero Servizio Piccolo	24	18	50	7
Discount	29	31	32	8

Fonte: IRI