

Brindisi di qualità

ANALISI / Prodotti sempre più premium con la bottiglia da 75 cl che traina i consumi. L'analisi di IRI.

di Carmela Ignaccolo



+3,4%

COMPARTO VINI
In crescita l'andamento del prezzo medio, con un buon risultato percentuale, frutto del mix dei vari formati.

L'interesse dei grossisti? Si sta nettamente focalizzando sul mondo degli spirit. Parola di Mario Carbone Client Service Account Director di Iri. "All'inizio è stata la birra – ci spiega infatti – ora l'attenzione si sta concentrando sul vino. In ogni caso gli alcolici performano bene, a patto che si parli di prodotti di qualità, in grado di dare valore e marginalità alla filiera e ai punti di consumo, dove i consumatori pretendono di bere bene".

Lo dimostra in primis il fatto che nel vino le crescite più importanti riguardano la bottiglia da 75 cl.

Ma vediamo più nel dettaglio le performance del comparto. **"Nel complesso la categoria è in crescita: +3,6% a volume, +7,1% a valore.** Bene anche l'andamento del prezzo medio: +3,4%, frutto del mix dei vari formati.

Seguendo questo approccio vedremo che vetro da 75 cl e fusto sono quelli con i migliori risultati. Anche se qualche distinguo è d'obbligo: il primo risponde bene all'esigenza di premiumizzazione, ed è quindi diffuso nella ristorazione di livello medio-alto, il secondo, più ricercato per la sua componente di servizio, è invece appannaggio di bar e trattorie. Non dimentichiamo, infatti, che l'universo horeca – composto da 250 mila punti di somministrazione – è al suo interno, molto variegato".

In effetti esaminando l'andamento dei trend vedremo che il fusto tiene specialmente a volume (51,3%), ma **ad imprimere la crescita più sostanziale è il vetro da 75 cl, che a valore si colloca a quota 63,5%.**

SELL OUT DI 450 GROSSISTI BEVANDE AI PUNTI DI CONSUMO

	Anno Terminante	Anno Terminante ya.	Anno Terminante	Anno Terminante ya.	Anno Terminante	Anno Terminante ya.	Anno Terminante		
	Vendite in Valore		Vendite in Volume		Prezzo Medio al Litro		Trend Valore	Trend Volume	Trend Prezzo medio
Vino	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	3,9	3,7	7,1%	3,6%	3,4%
Vetro 75cl	63,5%	61,9%	39,8%	38,0%	6,1	6,1	9,9%	8,6%	12%
Fusto	28,9%	30,2%	51,3%	52,5%	2,2	2,1	2,6%	1,3%	1,3%
Vetro 76-200 cl	2,7%	2,9%	2,8%	3,0%	3,7	3,5	1,5%	-3,2%	4,9%
Brick	1,9%	1,8%	2,7%	2,8%	2,7	2,4	9,8%	-1,5%	11,4%
Dame	1,4%	1,6%	2,3%	2,7%	2,3	2,2	-5,8%	-9,7%	4,4%
Vetro Fino 50 cl	1,3%	1,4%	0,8%	0,8%	6,3	6,6	3,1%	6,6%	-3,4%
Altro	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	4,5	4,2	6,3%	-1,0%	7,3%

BOLLICINE

		Trend Valore	Trend Volume
Grossisti Censuari	Champagne	22,0%	22,0%
	Spumante Classico	14,3%	14,1%
	Spumante Dolce	-15,2%	-8,3%
	Spumante Secco	15,2%	13,5%
	Spumante Prosecco	4,4%	8,9%
Bar Diurno	Champagne	24,3%	18,9%
	Spumante Classico	10,0%	10,9%
	Spumante Dolce	8,3%	19,0%
	Spumante Secco	13,7%	11,8%
	Spumante Prosecco	5,7%	10,4%
Ristoranti	Champagne	24,1%	24,0%
	Spumante Classico	18,0%	19,4%
	Spumante Dolce	-5,8%	4,2%
	Spumante Secco	18,9%	15,6%
	Spumante Prosecco	2,0%	5,4%

-15,2%

SPUMANTE DOLCE

In forte calo all'ingrosso lo spumante dolce che risulta sempre più legato esclusivamente alle ricorrenze. In calo anche il consumo presso la ristorazione.

“Una dinamica –precisa Carbone– facilmente comprensibile esaminando il prezzo medio; parliamo infatti di 6,1 euro per la bottiglia che – calcolando poi un ricarico di 3-4 volte – finisce con l’attestarsi al consumo dai 18 euro in su.

Per il fusto invece il riferimento è di 2,2 euro che, con il ricarico, si va a collocare intorno ai 6-8 euro al consumo”. Prezzi ben diversi, dunque.

TREND BOLLICINE

Crescita in horeca a due cifre su champagne, classico e secco. “E questo – spiega Carbone – grazie al fatto che si tratta di prodotti sempre più destagionalizzati e molto richiesti anche per la miscelazione. In forte calo invece il dolce, “relegato” alle ricorrenze”.

Situazione simile anche sul canale domestico. “Se poi stiliamo una top 5 dei vitigni emergerà



TOP 5 NEI RISTORANTI

PREZZO MEDIO IN VOLUME

	Anno Terminante	Anno Terminante y.a.	Quota Valore	Quota Volume	Trend Valore	Trend Volume	Trend Prezzo Medio	Indice di prezzo su Vino 75
Vetro 75cl	6,46	6,34	100,0%	100,0%	13,0%	10,9%	1,8%	100
Vetro 75cl Chardonnay	5,94	5,89	2,9%	3,0%	11,6%	10,7%	0,8%	92
Vetro 75cl Lambrusco	3,63	3,44	1,4%	1,4%	17,4%	11,1%	5,6%	56
Vetro 75cl Primitivo	3,39	3,49	1,3%	1,2%	23,3%	27,1%	-3,0%	52
Vetro 75cl Sangiovese	5,87	5,74	2,3%	2,4%	8,8%	6,4%	2,3%	91
Vetro 75cl Montepulciano	5,62	5,72	1,9%	1,9%	15,9%	18,1%	-1,8%	87

Nei ristoranti prevalgono i rossi; nei bar, invece, le prime quattro posizioni sono appannaggio dei bianchi

TOP 5 NEI BAR

PREZZO MEDIO IN VOLUME

	Anno Terminante	Anno Terminante y.a.	Quota Valore	Quota Volume	Trend Valore	Trend Volume	Trend Prezzo Medio	Indice di prezzo su Vino 75
Vetro 75 cl	6,21	6,13	100,0%	100,0%	8,3%	6,9%	1,3%	100
Vetro 75 cl Lugana	8,30	8,37	4,9%	4,8%	12,1%	12,9%	-0,7%	134
Vetro 75 cl Chardonnay	5,91	5,80	2,7%	2,6%	9,2%	7,1%	1,9%	95
Vetro 75 cl Gewurztraminer	9,26	9,05	3,9%	4,0%	6,1%	3,6%	2,4%	149
Vetro 75 cl Pinot Grigio	6,25	6,00	2,4%	2,5%	3,1%	-1,0%	4,2%	101
Vetro 75 cl Primitivo	3,89	4,22	1,4%	1,3%	16,6%	26,4%	-7,8%	63



che nei ristoranti prevalgono i rossi; nei bar, invece, le prime quattro posizioni sono appannaggio dei bianchi (anche in questo caso la cosa si spiega con l’afflusso positivo della miscelazione).

Interessante vedere pure l’ottimo posizionamento dello chardonnay, molto utilizzato in mixabilità al posto del prosecco.

LA CONCORRENZA

Sul piano “strategico”, infine, Carbone osserva come in alcune tipologie di esercizi la birra, specie quella artigianale, possa ancora costituire un concorrente temibile.

La risposta? “Realizzare carte dei vini attraenti ed esaurienti, proporre abbinamenti appetibili e quindi comunicare meglio il prodotto, cavalcando l’onda di un consumatore che ama essere edotto”. ©