

UN 2017 PROMETTENTE PER IL VINO NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE

Aumento del 4,9% nel primo bimestre per i vini doc, secondo la ricerca IRI per Vinitaly - I commenti dei protagonisti delle catene distributive ospiti a Vinitaly

(Verona, 6 aprile 2017) - Parte bene il 2017 per il mercato del vino nella Grande distribuzione con un aumento delle vendite del 4,9% dei vini a denominazione d'origine (Docg, Doc, Igt in bottiglia da 0,75lt) e del 2,3% del totale del vino confezionato (primo bimestre, a volume, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente). Lo riferisce la ricerca dell'IRI commissionata da Vinitaly che sarà presentata al pubblico il 10 aprile nel corso della fiera veronese.

I primi dati del 2017 confermano dunque il trend del 2016 che vedeva una robusta crescita dei vini a denominazione e degli spumanti, rispettivamente del 2,7% e del 7% e fanno sperare in un anno molto positivo.

*“Già il 2016 ha confermato il trend di crescita delle vendite dei vini spumanti e dei vini doc e docg di più alta fascia qualitativa - ha sottolineato **Simone Pambianco, Product Manager Prodotti a marchio della catena distributiva Despar** - Bene anche i vini a marchio del distributore: i nostri hanno registrato una crescita a valore del 10,5% per vini doc e docg e dell'8,6% per gli spumanti”.*

Despar è protagonista a Vinitaly 2017, insieme alle catene distributive **Conad, Carrefour, Iper La Grande I, Vegè, EcorNaturaSi, Agorà, Italy Discount, S&C**, partecipando all'evento “Gdo Buyers' Club” (10 e 11 aprile), dove i buyer vino della Grande distribuzione incontrano le cantine espositrici. Alcuni di questi buyer hanno espresso la loro valutazione sul mercato del vino.

In **Conad** aumentano le vendite di vini di qualità, ma anche i prezzi medi a scaffale, come ha dichiarato il **Buyer vino Valerio Frascaroli**: *“Il 2016 si chiude per noi con un incoraggiante +2,8% a volume dell'intero comparto del vino confezionato. La crescita è trainata dai vini a denominazione d'origine e dagli spumanti. Bene anche il formato “mono consumo” ottimo per famiglie monocomponenti o per chi lavora fuori sede. I bianchi crescono più dei rossi, ma anche i rosati nel loro piccolo vanno benissimo”.*

I consumatori sembrano essere sempre più esigenti, attratti anche dalla comunicazione a scaffale, come ha precisato **Luca Baccocchi, Category Manager Vini, Spumanti, Champagne di Carrefour**: *“Il consumatore ha dimostrato una curiosità e una propensione all'acquisto maggiori verso il mercato del vino, con focus particolare alla qualità medio-alta. La comunicazione si è rivelata fondamentale per catturare un cliente sempre più attento e disposto a spendere. Pertanto si potrebbe lavorare in modo incrementale su cartigli, retro etichette, slim a scaffale ed altro”.*

La Grande distribuzione deve puntare sempre più sui vini di qualità, come ha riferito **Roberto Romani, Buyer Beverage di Iper la Grande I (Gruppo Finiper)**: *“La tendenza è quella di una forte crescita nella fascia Premium e grazie ad essa sarà anche possibile diminuire gradualmente la pressione promozionale in tutti i comparti vino. Abbiamo un buon rapporto con le cantine e confidiamo di poter collaborare direttamente, senza la mediazione di concessionari o grossisti, anche con cantine ‘premium’ che fino ad oggi hanno preferito servire il canale horeca”.*

Soddisfazione espressa anche dalla catena **EcorNaturaSi** che opera in un mercato salutistico, come ha osservato **Michele Bonato, Buyer divisione vini e freschi**: *“Il 2016 è stato un buon anno con un incremento dei volumi di vendita del 12%. La miglior performance è quella del Prosecco ma aumentano anche vini senza solfiti aggiunti e con certificazione vegana. E’ importante la comunicazione a scaffale: abbiamo utilizzato dei cartellini per ogni referenza con tutte le informazioni utili”*.

Il mercato del vino è positivo anche nel particolare comparto dei Discount, come ha commentato **Giovanni Filippini, della Direzione Acquisti di Italydiscount**: *“Abbiamo venduto nel 2016 sei milioni di bottiglie nei nostri 340 punti di vendita, utilizzando brand di fantasia. Nella linea delle bottiglie da 750cc in vetro abbiamo 54 etichette che non sono di nostra proprietà, ma frutto di un accordo con singoli fornitori selezionati”*.

Alla crescita della bottiglia da 0,75 lt corrisponde un calo degli altri formati, come confermato da **Adelio Bellagente, Responsabile Acquisti Vino e Olio di S&C Consorzio Distribuzione Italia**: *“Sono in difficoltà le vendite del formato da un litro e mezzo e del formato brik mentre i vini locali sono seguiti con sempre maggiore attenzione dai consumatori. Nel 2017 inseriremo nell’assortimento vini locali di maggiore qualità, aumentando in tal modo il valore dello scaffale e, di conseguenza, del prezzo di vendita”*.

- Le dichiarazioni complete dei buyer sono disponibili sul sito di Vinitaly, https://business.veronafiere.eu/newsletter/download/pre/DICHIARAZIONI_BUYER_VINO_GDO_BUYERS_CLUB_VINITALY_2017.pdf