

I VINI PIU' VENDUTI NEI SUPERMERCATI DI ABRUZZO E MOLISE: MONTEPULCIANO D'ABRUZZO, TREBBIANO, CERASUOLO, PECORINO, CHARDONNAY

Le tendenze di acquisto di vino nella Grande distribuzione nel 2017 analizzate da IRI per Vinitaly (Verona dal 15 al 18 aprile)

(Verona, 7 marzo 2018) - Montepulciano d'Abruzzo, Trebbiano, Cerasuolo, Pecorino, Chardonnay sono i vini più venduti nei supermercati ed ipermercati di Abruzzo e Molise (*vini a denominazione d'origine, bottiglia 0,75*). Il Montepulciano nonostante una flessione conquista il terzo posto nella classifica nazionale dei vini più venduti con 8 milioni e 441 mila litri venduti per un valore di oltre 32 milioni di euro. Da notare che il Pecorino (prodotto sia nelle Marche che in Abruzzo) è uno dei vini più performanti con una crescita del 12,8% rispetto all'anno precedente. Il dato globale dei vini rosati abruzzesi mostra che il loro peso al di fuori dell'Abruzzo e Molise è rilevante, con una quota di mercato del 13,0%.

E' quanto emerge dalla ricerca elaborata per Vinitaly (Verona, dal 15 al 18 aprile) dall'istituto di ricerca IRI sui consumi di vino nella Grande distribuzione nel 2017, vedi tabelle allegate.

Vini bianchi fermi, vini a denominazione d'origine, vini regionali, spumanti secchi; questi i vini preferiti dagli italiani nel 2017. I rossi più richiesti provengono da Toscana, Emilia Romagna, Piemonte. I bianchi più richiesti da Veneto, Trentino, Sicilia.

Gli italiani hanno acquistato 648 milioni di litri nella Grande distribuzione, sempre più il canale di vendita principale del vino, per un valore che vede il traguardo dei 2 miliardi di euro (1 miliardo e 849 mila milioni di euro), dati inclusivi dei Discount.

Tra i vini i cui acquisti crescono a doppia cifra: Grillo (Sicilia), Primitivo (Puglia), Ortrugo (Emilia Romagna), Ribolla (Friuli Venezia Giulia), Valpolicella Ripasso (Veneto), Cortese (Piemonte), Passerina (Marche), Chianti Classico (Toscana), Cannonau (Sardegna), Pecorino (Abruzzo/Marche), Falanghina (Campania). Mentre i campioni assoluti rimangono Lambrusco (Emilia Romagna/Lombardia), Chianti (Toscana), Montepulciano d'Abruzzo (Abruzzo).

Le bottiglie da 0,75 a denominazione d'origine crescono nel 2017 del 2% rispetto all'anno precedente con 280 milioni di litri venduti. Gli spumanti (e champagne) aumentano del 4,9% con 68 milioni di litri. Da notare anche la performance del rosato frizzante che cresce del 3,9%.

Prosegue il trend negativo dei "bottiglioni" (fino a 2 litri) che perdono un ulteriore 2,5%, mentre i brick registrano una flessione dello 0,6%. In crescita il formato "bag in box", ancora di nicchia: +5,4%.

In forte crescita le vendite di vino e spumante biologico che superano i 4 milioni di litri venduti, confermando un percorso che ha ancora ampi margini di crescita.

*"Se la quantità di vino acquistato nella Grande Distribuzione è stabile da anni, i consumatori mostrano di apprezzare le novità, accogliendo favorevolmente le proposte delle cantine - spiega **Virgilio Romano, Business Insight Director di IRI, coordinatore della ricerca** - I vini a denominazione d'origine vendono 5,5 milioni di litri in più nel 2017, così come crescono bollicine e vini bianchi, inoltre aumentano le tipologie regionali che si fanno apprezzare ogni anno per i tassi di crescita. I Vini emergenti si fanno apprezzare per posizionamenti di prezzo non bassi (oltre la metà superiore a 4 €) e questo è un aspetto positivo perché dimostra la disponibilità del consumatore a premiare novità e valore".*

*"Il successo degli Spumanti ha spinto molte cantine a dedicarsi a questo prodotto, ormai sulla via della stagionalizzazione nella versione Secco - aggiunge **Romano** - Infine, i prezzi nel 2018 dovranno sostenere una sfida non banale a causa della*

vendemmia 2017 poco generosa ed al conseguente rialzo atteso”.

*“La grande distribuzione organizzata si mantiene un canale di vendita molto importante per il mercato italiano - commenta **Giovanni Mantovani, Direttore generale di Veronafiere** - capace di far emergere nuovi vini e territori e di assecondare nel tempo la richiesta di prodotti di maggiore qualità anche per il consumo quotidiano. Un’evoluzione che Vinitaly sta seguendo negli anni diventando il luogo di analisi e confronto tra Gdo e settore enologico e soprattutto proponendo alle cantine espositrici incontri B2B con i buyer delle insegne della distribuzione organizzata. Con l’International Packaging Competition Vinitaly da oltre venti anni promuove la cultura del comunicare con efficacia attraverso l’etichetta e la confezione il valore del prodotto”.*

*“Le vendite nella Grande distribuzione illustrano bene i gusti degli italiani con la conferma dei trend positivi di vini a denominazione e spumanti - commenta **Giovanni Mantovani, Direttore generale di Veronafiere**- Per questo Vinitaly ha sempre dato la parola a esperti, cantine e catene distributive per analizzare questo canale di vendita”.*

Cantine e insegne della Grande Distribuzione si confronteranno a Vinitaly nella tavola rotonda del 16 aprile, con un focus sul mercato del vino italiano nei supermercati USA. Buyer vino della Gdo italiana e cantine espositrici si incontreranno nell’evento B2B “Gdo Buyers’ Club” del 16 e 17 aprile.

In allegato:

L’anticipazione della ricerca IRI che verrà illustrata nella sua completezza nel corso della citata tavola rotonda, con le tabelle su: andamento totale del mercato (denominazioni e formati); vini fermi e spumanti; peso dei vini regionali a denominazione d’origine sul mercato nazionale; vendite vini bio; classifica dei vini più venduti; classifica dei vini “emergenti”; classifica dei vini più venduti regione per regione.

[AnticipazioneRicercaIRIVinitaly2018](#)