

Vino: cresce la gdo, vola l'e-commerce



I consumi di vino in Italia scontano gli effetti della pandemia da Covid-19 con la chiusura del canale legato alla ristorazione e ai bar. Secondo una **stima Nomisma Wine Monitor – Nielsen**, nel primo semestre il bilancio che se ne trae è quello di uno **spostamento consistente verso gli acquisti in gdo e online**, cresciuti rispettivamente del **9% e 102%** rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso.

Ovviamente, alla luce dei diversi (e distanti) volumi movimentati da questi due canali nel panorama nazionale dei consumi di vino, si tratta di crescite il cui «peso»

relativo va giustamente contestualizzato: basti infatti pensare che, pur a fronte di questo raddoppio, **il rapporto a valori nelle vendite di vino tra e-commerce e gdo è ancora di 1 a 16.**

«**L'accelerazione impressa dalla pandemia nello sviluppo dell'online per le vendite di vino è innegabile.** Anche nei prossimi mesi si assisterà a un consolidamento di tale canale, obbligando così i produttori a una maggior attenzione verso le nuove modalità di vendita. È alla luce di tale evoluzione del mercato che abbiamo avviato la collaborazione con Nielsen, al fine di realizzare congiuntamente nuovi strumenti di monitoraggio e analisi dei trend di consumo a supporto della filiera vinicola italiana» dichiara Denis Pantini, responsabile Nomisma Wine Monitor.

Sul fronte invece della distribuzione a libero servizio (compresi discount), è interessante segnalare come **le vendite di vino siano cresciute anche dopo il lockdown.** In particolare, sempre secondo dati Nielsen, le vendite intercorrenti le otto settimane tra il 9 marzo e il 3 maggio sono aumentate del 6,7% a valori e del 9,7% a volumi, evidenziando un calo del prezzo medio di quasi il 3%. Nelle otto settimane successive (**fino al 28 giugno, e quindi in periodo di post-lockdown**), **le vendite sono cresciute del 16,2% a valori e del 12,9% a volumi**, mostrando all'opposto un aumento nei prezzi medi del 3%.

Ovviamente questo trend si è manifestato in maniera differente per le diverse categorie. In particolare, focalizzando l'attenzione alle otto settimane del lockdown, **la preferenza degli italiani si è rivolta principalmente verso i vini fermi e frizzanti** (+12,5% a valori rispetto allo stesso periodo 2019) e, all'interno di questa tipologia, **verso i rossi (+14,9%).**

Al contrario, **gli acquisti di spumanti (compreso lo Champagne) si sono ridotti** – sempre a valori – del 19%, complice anche una Pasqua festeggiata all'interno della ristretta cerchia di conviventi tra le stesse mura domestiche.

Nelle otto settimane successive, il trend delle vendite è risultato positivo per entrambe le categorie, ma con gli spumanti in grande “spolvero”: mentre le vendite di vini fermi e frizzanti sono cresciute di un altro 13,9%, quelle di spumanti e Champagne hanno messo a segno un +27,5%, con in testa gli Charmat secchi a guidare il recupero (+32,4%).