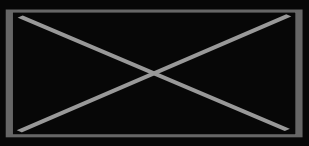
Brindisi di qualità e prodotti premium

champagne-5255730-640-75c1b83a



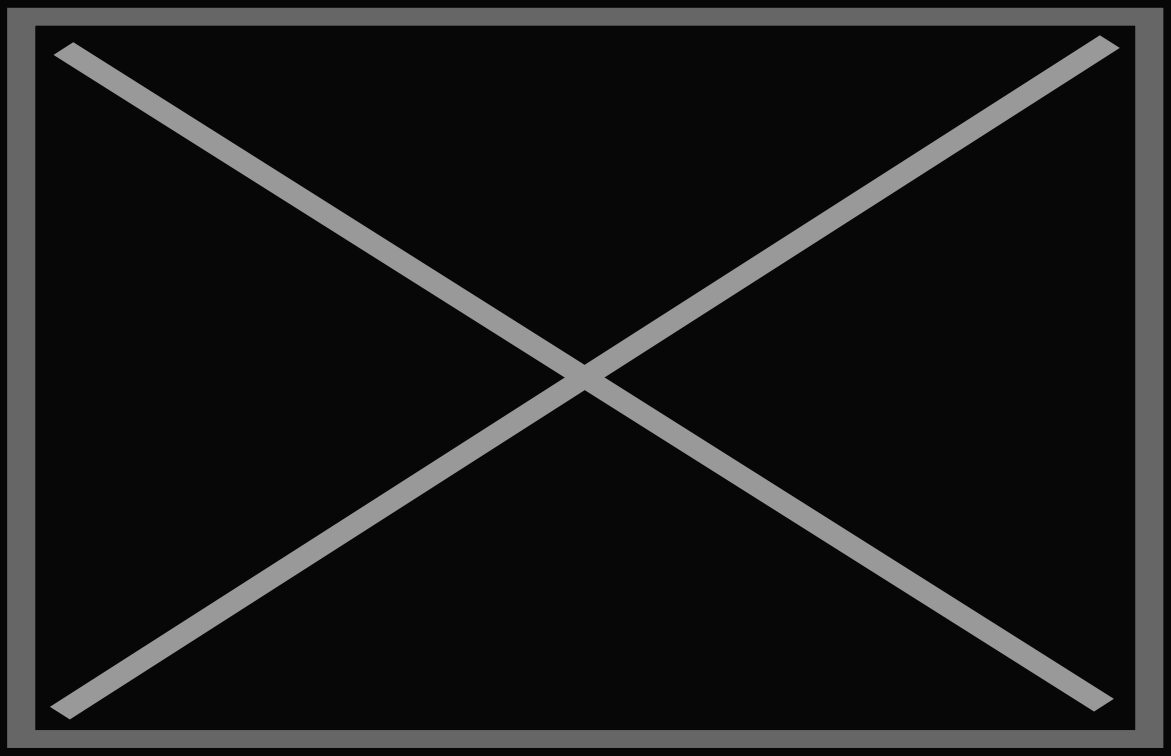
L’interesse dei grossisti? Si sta nettamente focalizzando sul mondo degli spirit. Parola di Mario Carbone Client Service Account Director di Iri. “All’inizio è stata la birra – ci spiega infatti – ora l’attenzione si sta concentrando sul vino. In ogni caso gli alcolici performano bene, a patto che si 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%. “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.

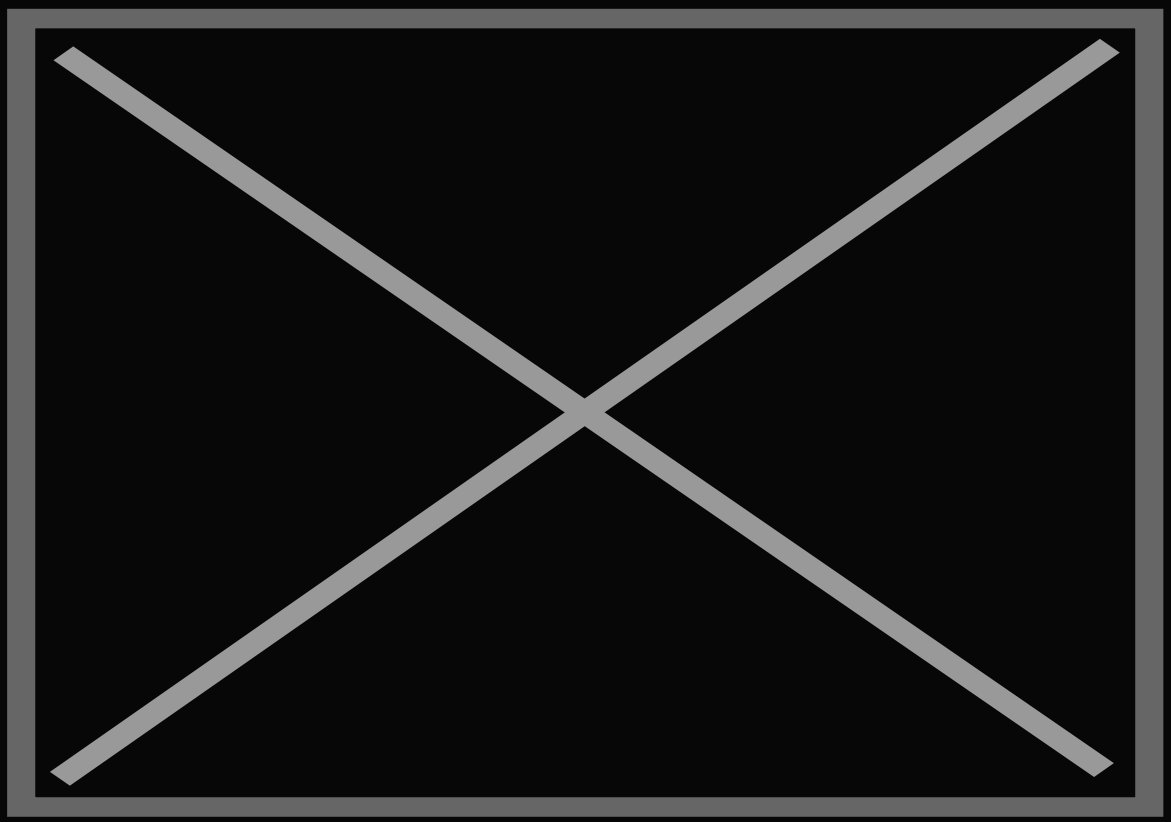


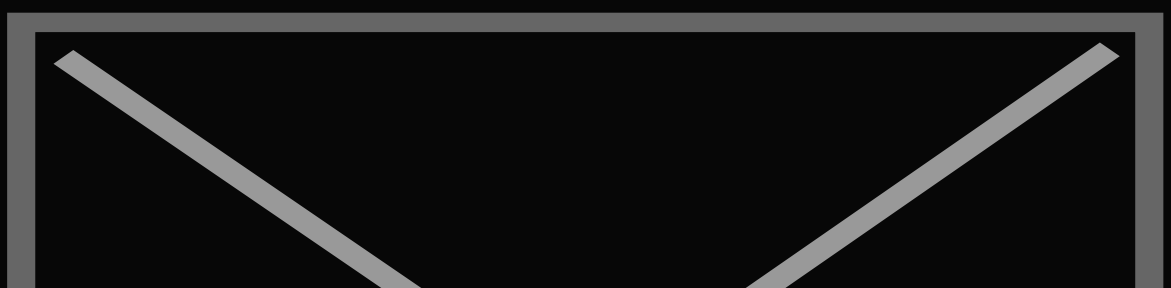
+3,4%

COMPARTO VINI

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



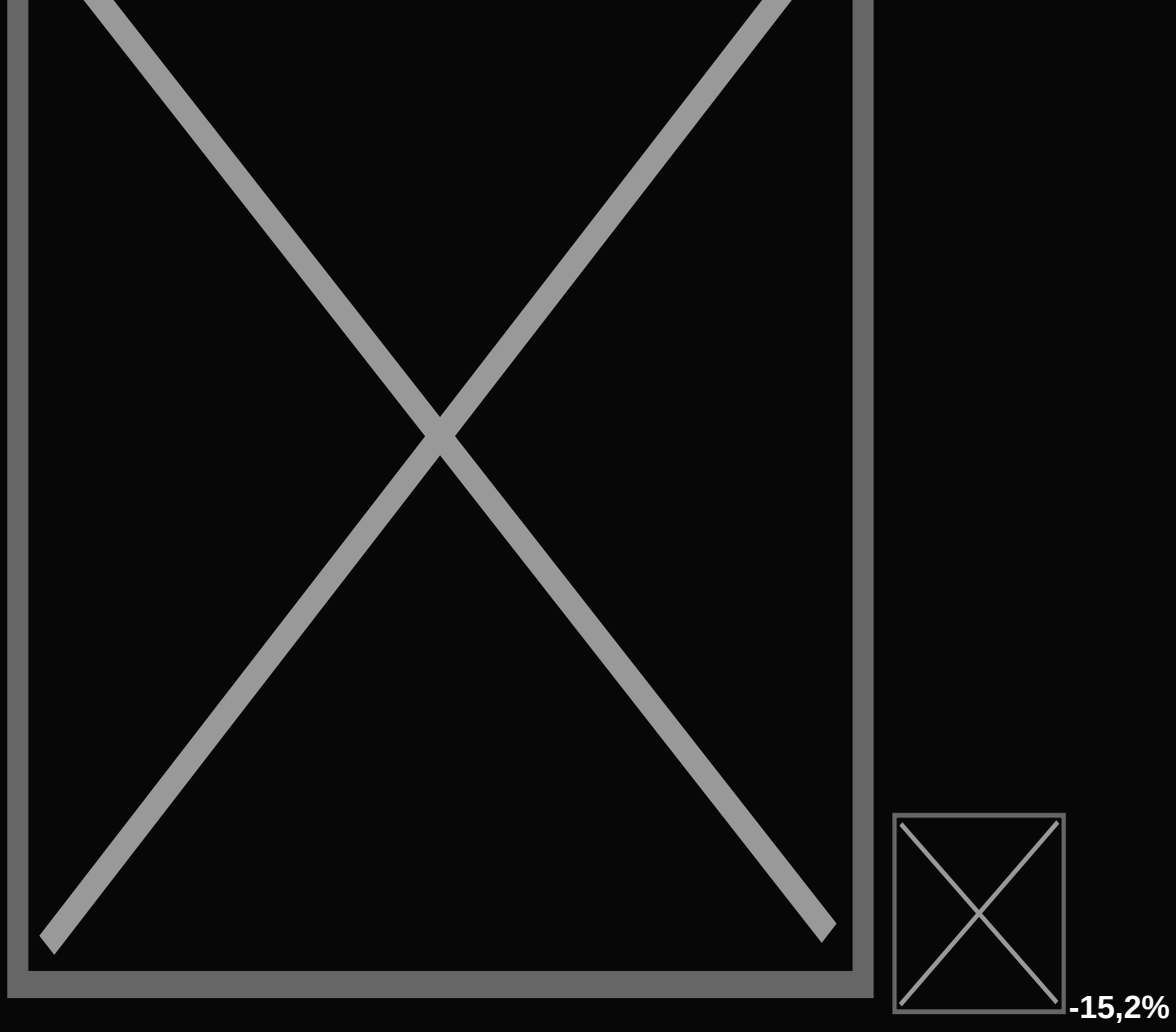






TREND BOLLICINE

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 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’influsso positivo della miscelazione). Interessante vedere pure l’ottimo posizionamento dello chardonnay, molto utilizzato in mixability al posto del prosecco.



-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.

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”.