Aumenta il consumo dei vini premium italiani

20230223115056vini-0763bece

Segna il passo il commercio mondiale dei vini fermi, con cali in volume nell'ultimo anno attorno al 5%, ma **aumenta la tendenza premium dei consumi, a partire dai rossi italiani.**
Secondo le analisi dell'Osservatorio Uiv sui trend di mercato negli ultimi 12 anni, **il vino made in Italy ha visto infatti quadruplicare nel periodo le vendite a volume dei vini fermi in fascia super-premium** (oltre i 9 euro a bottiglia franco cantina), con una **crescita media annua del 13%**.
Ancora più significativo il quadro se si guarda al valore: da nicchia con un'incidenza del 6% sul totale export del 2010 ad asset sempre più decisivo nel 2022, con una quota di mercato dei vini di eccellenza arrivata a valere il 18%, pari a **863 milioni di euro**. A farne le spese, in particolare il segmento entry level, che sul pari periodo segna una contrazione dello share dal 19% al 6%.

"Stiamo assistendo a un'evoluzione positiva del posizionamento del nostro prodotto, in linea con quanto sta avvenendo con altri settori del made in Italy. L'Italia del lusso vince nel mondo, per esempio con il sistema italiano della moda, la Ferrari, il design, l'agroalimentare. E, non da ultimo, il mondo del vino ha affinato il proprio fascino internazionale anche oltre i territori tradizionalmente conosciuti, perché oggi è l'Italianità, più della tradizione, a vincere sui mercati" ha detto il presidente di Unione Italiana Vini (Uiv), **Lamberto Frescobaldi**.

Secondo l'analisi Uiv, **per la prima volta nella storia lo scorso anno le esportazioni dei prodotti fermi premium e super-premium (da 6 euro in su) hanno superato quelli in fascia entry-level e popular.**
Nel 2022, infatti, i primi occupano una quota di mercato al 52% (a 2,5 miliardi di euro), contro il 48% dei prodotti di minor valore. Una lunga corsa verso la premiumizzazione iniziata in sordina per poi registrare medie incrementali in doppia cifra anno dopo anno, con l'impennata nel post Covid.
Diverso, secondo l'Osservatorio, il discorso sugli spumanti, dove il dominio del Prosecco in fascia popular – un caso di scuola su scala globale che ha ritracciato l'approccio al consumo extra-pasto anche tra i giovani – ha lasciato poco spazio ai segmenti premium.