Grappa, cresce il consumo nel fuori casa. Bene anche l’export

20231122132627grappa-a6a1a84c

Il 30% della popolazione italiana, tra i 18 e i 65 anni, consuma **grappa**. Di questi, il 46% preferisce berla fuori casa o al ristorante (30%), così come al bar o al pub (16%). Il dato lo rileva **Nomisma** per **Assodistil**: l’indagine mostra come gli italiani preferiscano bere il distillato in compagnia (88%) e in particolare con gli amici (49%). Il 35%, inoltre, sarebbe interessato a **sperimentare cocktail** a base di grappa.

“*Lo spostamento del consumo di grappa dal domestico al fuori casa si sta affermando con decisione* – ha dichiarato **Nuccio Caffo**, AD del Gruppo Caffo e Presidente del **Consorzio Nazionale di Tutela della Grappa** – *A generare tale tendenza è principalmente l’interesse crescente verso l’offerta premium, perché la qualità è diventata imprescindibile e tale trend emerge in modo evidente nei bar e ristoranti. Non si beve più grappa tanto per bere, ma l’avventore chiede il prodotto migliore presente in bottigliera. C’è sete di esperienza, che si traduce anche nella predilezione di referenze invecchiate*”.

CRESCE L’EXPORT: TRAINA LA GERMANIA

Ottimi risultati arrivano anche guardando oltre confine, dove la grappa è sempre più apprezzata. **In Germania l’export del distillato vale il 54% del market share totale**. Performance interessanti provengono anche dagli **Usa** con una crescita in valore (2022/2019) pari al + 39% e dal **Giappone** che realizza un +40% nello stesso periodo temporale.

“*Le distillerie italiane sono sempre più vocate ai mercati internazionali: dal 2019 al 2022 le esportazioni di grappa sono cresciute del +32% raggiungendo i 60 milioni di euro* – ha ricordato **Emanuele Di Faustino**, Head of Industry & Retail di Nomisma – *Nonostante il calo dell’export registrato nei primi sette mesi del 2023, al -23% e da ricondurre alla morsa dell’in?azione e al rallentamento economico che ha colpito gran parte dei mercati di export, le opportunità per un’ulteriore crescita delle vendite di grappa oltre con?ne non mancano. In tale scenario saranno fondamentali **le attività di promozione** per far conoscere la grappa in giro per il mondo, fra tutte **le***

degustazioni presso il canale horeca”.