Osservatorio Federvini: il fuori casa rallenta. Calano i consumi serali e notturni

20241128163934shutterstock-2448227089-b27681da

Non vanno bene i consumi per il fuori casa italiano: a perdere terreno sono soprattutto i consumi serali e notturni quindi **aperitivi e cene**, e contestualmente **calano i consumi di vino, cocktail alcolici, spiriti, e amari.** A dirlo un approfondimento a cura di TradeLab per l'Osservatorio Federvini.

2024 IN CHIAROSCURO

Nell'anno che si avvia a conclusione i comparti produttivi rappresentati da Federvini hanno confermato una significativa **capacità di resilienza**, seppur messa a dura prova da un quadro economico incerto. A fronte di una riduzione dei costi energetici, quelli relativi al packaging, seppure in lenta discesa, sono ancora decisamente più alti rispetto ai valori di inizio 2021, in particolare pet +24%, carta +47% e vetro +67%. Lo scenario è stato inoltre caratterizzato negativamente da **tensioni sui mercati internazionali**, dovuti anche alla recente introduzione dei **dazi cinesi** sulle importazioni di acquaviti e dal rallentamento dei consumi fuori casa.

*«I segnali di difficoltà, legati anche ai precari equilibri geopolitici, non mancano e quindi è fondamentale **continuare a investire nella promozione internazionale** e nella difesa dei nostri comparti* - commenta **Micaela Pallini**, presidente di Federvini -. *Per garantire stabilità e crescita a lungo termine, **è necessaria un'azione di sistema tesa a rafforzare il ruolo dell'Italia** in sinergia con tutti gli attori della filiera, per valorizzare le eccellenze e rispondere con prontezza alle nuove esigenze dei mercati internazionali».*

SCENARIO FOSCO PER IL FUORI CASA

Secondo i dati raccolti da TradeLab, **l'aperitivo** cede l'1,9% in termini di presenze, **la cena** lo 0,8% che però segna un +1% a valore, mentre **diminuiscono sensibilmente i consumi nella notte** (-4,4%). Tendenza positiva per le bollicine (+1% a valore) mentre **vini, cocktail alcolici e spiriti lisci**

subiscono un calo del 2%. La **flessione è ancora più marcata per gli amari e i dopo pasto** (-5%). Il momento di consumo più stabile per il segmento OOH risulta essere la colazione (+1,5% a valore), grazie alla sua accessibilità economica e all'abitudine consolidata degli italiani.

EXPORT, BENE GLI ACETI, PREMIATI VINI E SPIRITI

Nei primi otto mesi del 2024, secondo un report elaborato da Nomisma sempre per l'Osservatorio Federvini, **l'export di vini ha superato i 5 miliardi di euro** attestandosi nella media dei principali esportatori mondiali con un **+4,7% in valore e +3,2% a volumi** rispetto al 2023. Soffrono competitor di peso quali Francia e Spagna.

Gli **spumanti italiani** restano i protagonisti con **importazioni in aumento in Australia** (+11,2%), **Francia** (+8,3%) **e Stati Uniti** (+5,3%). Gli **spiriti italiani** invece hanno registrato un **incremento del 4% in valore per 1,2 miliardi di euro** di valore generato nei primi otto mesi dell'anno: su tutti si distinguono i **mercati cinese** (+24,9%), **tedesco** (+7,5%) **e statunitense** (+5,5). **L'export di liquori è cresciuto** in particolare in valore **in Francia** (+16%), **Stati Uniti** (+10%) **e Germania** (+3%), mentre la **grappa registra un rallentamento generale** limitando la sua crescita al Canada (+27%). Il comparto degli **aceti** infine, con **esportazioni del valore di 236 milioni di euro** nei primi otto mesi dell'anno, segna una crescita significativa, con un incremento del 18,6% in valore e del 15% in volume tra gennaio e agosto 2024 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La Corea del Sud emerge come il mercato di destinazione dell'export di aceti italiani a maggiore tasso di crescita (+70% a valore).

SCENARIO GDO: VINCONO SPUMANTI e GRAPPA

Secondo i dati raccolti da Nomisma, le vendite in Gdo si mantengono in positivo sul fronte dei valori ma continuano a cedere in volume (-1,1% rispetto al 2023), con **i vini** che nei primi nove mesi dell'anno raggiungono i **2,1 miliardi di euro** (+1,1% in valore sul 2023). Gli **spumanti** si distinguono per **un'ulteriore crescita (+3,5% in valore)**, guidata da Metodo Classico (+4,6%) e da Charmat Secco, con in testa il Prosecco (+4,2%). Per i **vini fermi e frizzanti crescono i vini a marchio IGP** (+1,6% in valori e +3,7 a volume) mentre i DOP, che rappresentano oltre la metà del valore totale delle vendite, si mantengono stabili a valori (+0,2%) ma si riducono nei volumi (-2,9%).

Nello stesso periodo gli spiriti mostrano andamenti differenziati flettendo lievemente in valore (-0,1%) rispetto al 2023 e con un giro d'affari di 861 milioni di euro. Gli **aperitivi alcolici premiscelati crescono del 9,2% a valore** mentre distillati ed acquaviti confermano la loro posizione preminente

rappresentando insieme il 42,6% delle vendite. La **grappa resta il prodotto più consumato del segmento** generando vendite per **90 milioni di euro**, al contrario, **soffrono i liquori dolci come Sambuca** (-4,7% a valori) **e quelli cremosi** (-1,4% a valori) compensato però dall'ottima performance dei prodotti a base di amaretto (+5,3% a valori) e di quelli a base d'uovo (+6,1% a valori).

Sul fronte degli **aceti** infine, la performance in Gdo **si contrae leggermente** (-0,3%) con un valore di 105 milioni di euro. L'aceto di mele si conferma la categoria più dinamica (+5,4% in valore), mentre l'Aceto Balsamico di Modena IGP registra una lieve contrazione (-1,5%).