

Chi vende di più tra gli scaffali

Il supermercato è la cantina preferita dagli italiani

Sempre più difficile. La vendita di vino attraverso i canali della grande distribuzione organizzata mette a dura prova capacità e nervi delle cantine italiane. Migliaia di etichette sugli scaffali, concorrenza sui prezzi, promozioni, riducono i margini operativi delle aziende e impongono una continua guerra di posizione: passa infatti da questo canale più del 75% del vino che si consuma in Italia.

Com'è andata nel 2017? L'Istituto di ricerca Iri, che ogni anno fotografa per conto del Vinitaly i consumi di vino nella grande distribuzione, mette a fuoco prima di tutto due dati: gli italiani hanno acquistato in totale 648 milioni di litri tra vini fermi, frizzanti e spumanti e hanno speso in totale poco più 1,8 miliardi. In pratica, hanno consumato lievemente meno (-0,2% in volume), ma hanno speso circa il 2% in più, a conferma che si compra meno, ma meglio. In particolare, il prezzo medio a litro del vino confezionato è stato di 2,85

euro, per salire a 4,54 euro con bottiglie più pregiate (Doc, Docg e Igt), oltre il 2% in più sul 2016. Interessante notare, secondo l'Iri, l'impegno delle catene distributive finalizzato al recupero del valore dei vini.

Ma quali sono le aziende più forti nella grande distribuzione? Non esiste una graduatoria ufficiale, rigorosamente top secret. Ma tenendo conto delle etichette e dei marchi più familiari negli scaffali è possibile ricostruire un'esclusiva top ten della grande distribuzione. La numero uno è Caviro, mamma fortunata del Tavernello e dei vini «Botte buona» che alimentano una quota di mercato superiore al 7% in valore (equivalente a un fatturato di oltre 100 milioni di euro) che sale fino al 13% sul volume dei litri venduti. Al secondo posto c'è Giv, per il quale è più alta la quota in valore (4% circa) rispetto a quella sui volumi (circa 3%) a riprova di una tipologia di vini di taglio superiore.

Vini frizzanti a fiumi caratterizzano le

vendite delle Cantine Riunite Civ, titolari di una fetta di mercato di oltre il 3% sia in valore che in volumi. I ricavi di Giv e Riunite oscillano tra i 50 e i 60 milioni, mentre, secondo gli esperti, scendendo al di sotto dei primi tre si passa a fatturati da 30 milioni in giù. Al quarto posto la Due Tigli del gruppo Terre Cevico, detiene una quota di mercato di circa il 2%. Al quinto posto Caldirola si colloca al di sotto del 2% in termini di valore, superando il 2% in fatto di litri venduti. Va al galoppo Cavit, le cui quote di mercato scavalcano l'1%, segue la casa vinicola Natale Verga con poco più dell'1%, quindi la Cielo e Terra. Ma il vero exploit è di Cecchi. L'azienda toscana che ha quote di mercato superiori all'1%, ha messo a segno i maggiori incrementi del giro d'affari (nell'ordine del 10%), vantando anche un prezzo medio tra i più elevati (porta il suo nome anche l'etichetta di Chianti più venduta).

Anna Di Martino

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sorprese

Cesare e Andrea Cecchi proprietari dell'omonima azienda vinicola che ha registrato un vero exploit nei supermercati

