



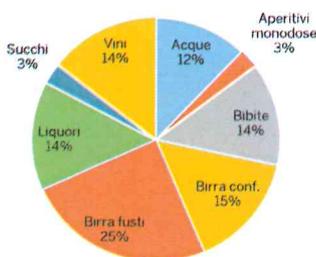
**I DATI
DELL'OSSERVATORIO
PROGETTICA-CFI GROUP**

Crescite sia per i vini fermi (+5%), sia soprattutto per gli spumanti, a +13%, con il Prosecco che fa la metà del venduto. Bottiglie meglio dei fusti

Il vino nel canale Horeca, bilancio 2018 positivo

di ALBERTO SCOLA (Progettica) e BRUNO BERNI (CFI Group)

1. DISTRIBUZIONE VENDITE PER CATEGORIA



Come è andato il 2018 per quanto riguarda il sell-out a valore dei distributori di bevande nel canale Horeca? Possiamo dire abbastanza bene, perché l'anno ha chiuso con un +2,4% a volume rispetto al 2017, a testimonianza di una buona vitalità del settore. Questo risultato positivo però non è omogeneo, perché solo alcune categorie - tra cui il vino - hanno mostrato andamenti positivi a fronte di categorie - soprattutto le bevande analcoliche - che hanno mostrato andamenti stabili o in calo. Il grafico 1 mostra questi trend e li mette in relazione con il peso delle categorie all'interno del sell-out dei grossisti (grafico 2). Ebbene quello che notiamo è che il vino è la categoria che mostra il trend di crescita più importante (+7,2%) e, dopo la birra, rappresenta la categoria più importante per i grossisti assieme ai liquori con il 14,5%: un dato impensabile fino ad alcuni anni quando il vino pensava meno del 10%.

Ma quali sono le ragioni di questo vero e proprio boom? Ne abbiamo identificate due. La prima è legata al trend dei consumi che ha visto crescere soprattutto quelli delle "bollicine" nel canale Horeca, conseguenza di un maggiore interesse sia da parte dei consumatori finali sia degli operatori (bar, ristoranti, locali serali...). La seconda è invece legata ad una precisa scelta fatta da molti grossisti di puntare su una categoria "nuova" a medio/alto valore, grazie a cui offrire un livello di servizio al canale molto elevato: assortimento molto ampio, consegna con unità minime, possibilità di offrire consulenza e formazione.

Le dinamiche del vino

Ma entriamo allora nel dettaglio del mondo del vino per capire meglio quali tipologie di vini vengono trattate dai grossisti di bevande e qual è stato il loro trend nel 2018. Come si evince dai grafici 3-4-5 notiamo che:

► Il fusto pesa il 54% in termini di volume ma "solo" il 29% in termini di valore, a testimonianza di un prodotto fortemente orientato al prezzo (infatti il suo valore di cessione al canale Horeca è intorno ai 2 euro/litro).

► La bottiglia da 0,75, di converso, pesa il 46% in volume ma il 71% a valore con prezzo medio di cessione al canale Horeca di circa 4,5 euro a pezzo.

► All'interno del comparto vino in bottiglia il peso tra bianco + rosso e bollicine è abbastanza bilanciato, anche se il trend è chiaramente a favore delle bollicine con un +12,9% a valore e un +9,4% a volume.

E il Prosecco? All'interno del segmento bollicine il Prosecco vale circa il 47% con un trend in linea con il comparto. È interessante notare che il prezzo medio di cessione di una bottiglia di Prosecco (4,9 euro) è leggermente più alto di quello del vino e delle bollicine in generale.

Quali aspettative per il 2019? Al di là di valutazioni sul sentiment economico del prossimo anno e sulle condizioni climatiche attese (che ovviamente incidono sui consumi soprattutto delle bevande), è ragionevole ipotizzare un trend positivo del comparto sugli stessi valori del 2018 con un trend del vino ancora positivo.

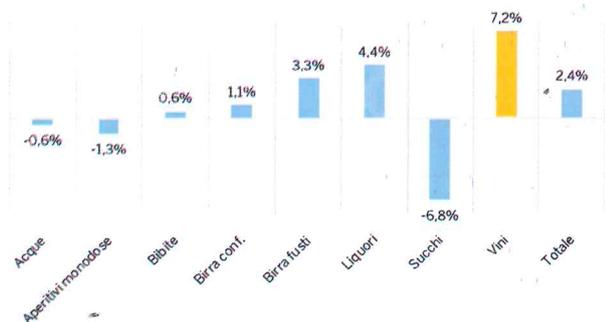


L'OSSERVATORIO HORECA

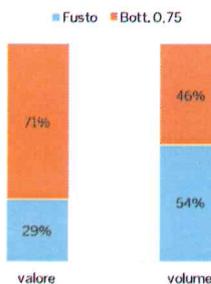
L'Osservatorio del Canale Horeca di Progettica e CFI Group - Claes Fornell International è costruito utilizzando i dati puntuali delle vendite effettuate nel solo canale Horeca da un campione di primarie società di distribuzione di bevande a livello nazionale. La rappresentatività e la dimensione del campione (oltre il 25% del totale del valore del mercato, omogeneo sia per area Nielsen che per tipologia.) consente di ottenere buone evidenze relativamente alle principali categorie con margini di errore minimi. I dati vengono raccolti mensilmente, analizzando soprattutto il valore del venduto nei confronti della pura clientela Horeca dei distributori.



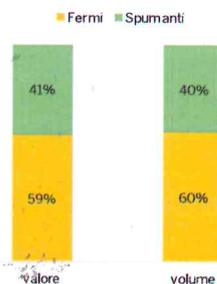
2. VENDITE PER CATEGORIA: VAR. % VOLUME 18/17



3. VENDITE VINO: INCIDENZA PER PACKAGING



4. VENDITE VINO 0,75: INCIDENZA PER TIPO



5. VINO: VARIAZIONI % 18/17 PER TIPO

