

# QUALI PROSPETTIVE PER IL SETTORE VITIVINICOLO COOPERATIVO NEL MERCATO ITALIANO?

STUDI & RICERCHE N° 239 - Dicembre 2023

FONDO  
SVILUPPO



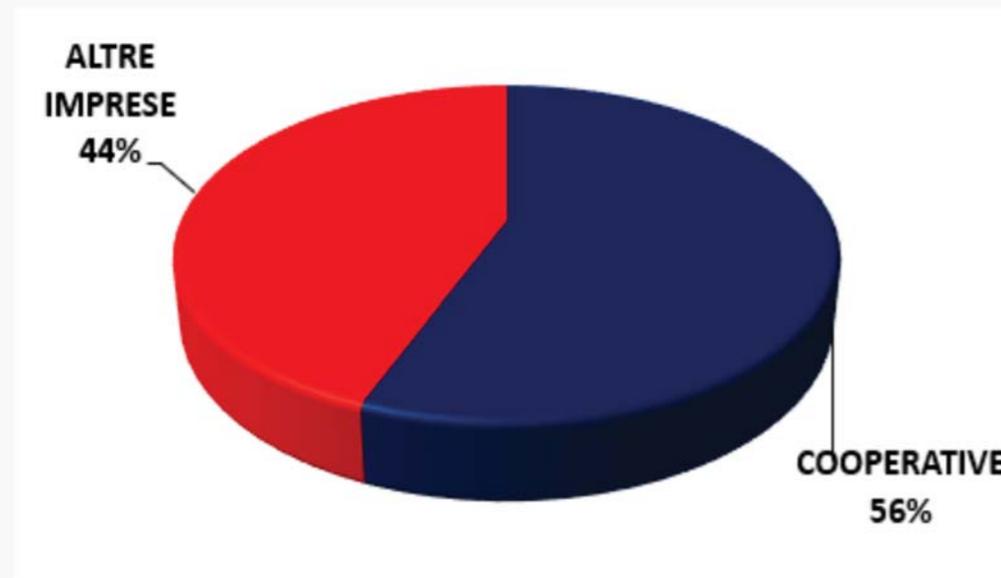


# Il peso del vino cooperativo in Italia per volumi di vendita

Il settore cooperativo assume un ruolo centrale nelle dinamiche del mercato del vino in Italia. La maggioranza assoluta dei volumi di vendita di vino a marchio italiano nel 2022 (quasi il 56% del totale) fa riferimento, infatti, a società cooperative o loro consorzi o a società di capitali controllate da cooperative. Sulla base dei dati *Euromonitor International* si segnala che le prime dieci società per quota di mercato in volumi di vendita in Italia (*National Brand Owner Company Shares*) rappresentano un quinto dei volumi totali di vendita di vino prodotti nel nostro Paese nel 2022. Di fatto, sei di queste dieci imprese sono cooperative/gruppi cooperativi e contribuiscono con il 73% del totale della quota di mercato aggregata realizzata dalle prime dieci società per volumi di vendita di vino (rosso, rosato e bianco) in Italia.

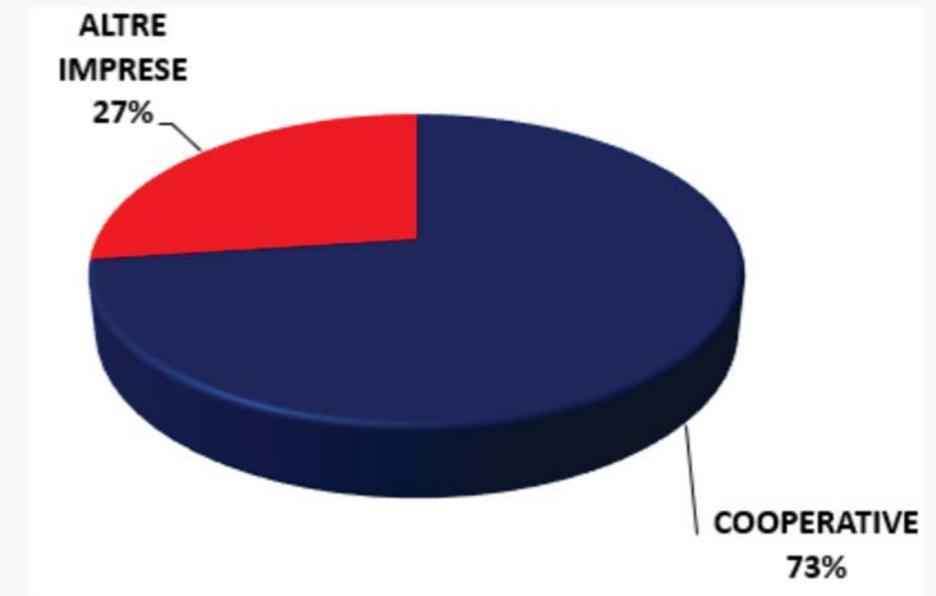
## LA QUOTA DI MERCATO IN ITALIA DEL VINO (ROSSO, ROSÈ, BIANCO) IN VOLUMI DI VENDITA PER TIPOLOGIA SOCIETARIA (2022) -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Confcooperative e Euromonitor International, giugno 2023)



## LA QUOTA DI MERCATO IN ITALIA DEL VINO (ROSSO, ROSÈ, BIANCO) IN VOLUMI DI VENDITA DEI PRIMI DIECI GRUPPI/IMPRESE PER TIPOLOGIA SOCIETARIA (2022) -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)



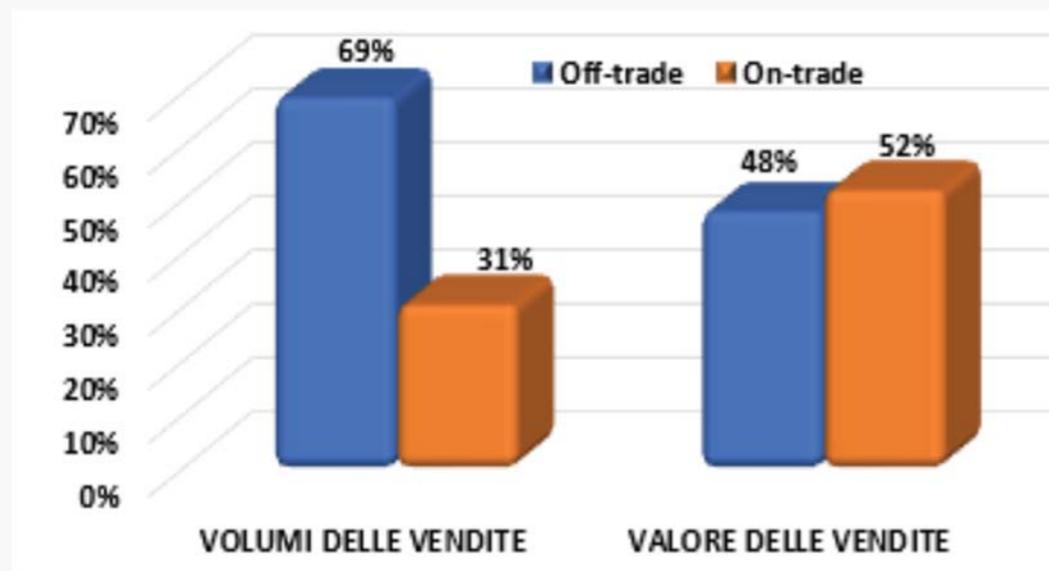
# Volumi di vendita e valore delle vendite del vino in Italia (2017-2022)



Nel complesso il 69% dei volumi delle vendite di vino in Italia nel 2022 fa riferimento al canale *off-trade* (*gdo/retail*), mentre il rimanente 31% fa riferimento al canale *on-trade* (*ho.re.ca.*). Di contro, in termini di valore delle vendite il 52% è legato all'*on-trade*, mentre il 48% è legato all'*off-trade*. Si segnala un tasso di crescita negativo dei volumi di vendita di vino (rosso, rosato e bianco) in Italia nel periodo 2017-2022, a fronte di un tasso positivo di crescita del valore delle vendite sostenuto nel 2022 da un aumento dei prezzi finali al dettaglio che hanno assorbito i maggiori costi all'origine sostenuti dalle imprese del settore.

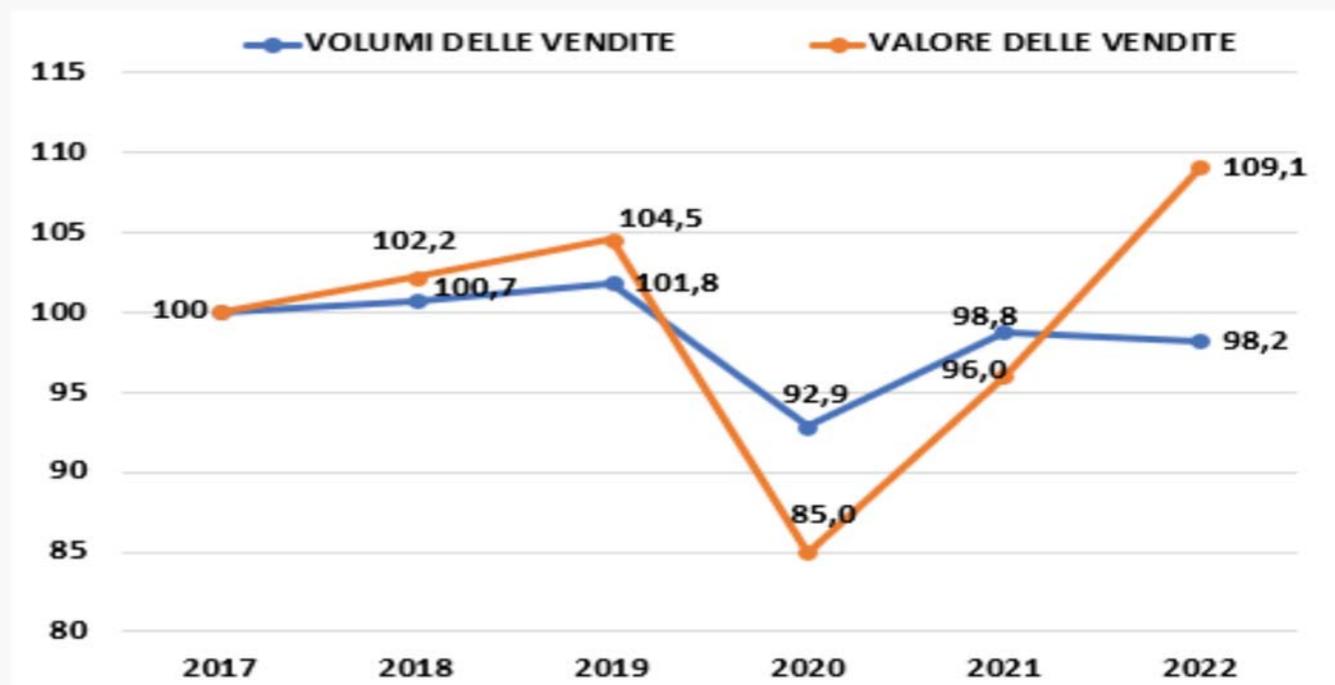
## LA QUOTA DEI VOLUMI DELLE VENDITE E DEL VALORE DELLE VENDITE DEL VINO IN ITALIA NEL 2022 PER CANALE -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)



## EVOLUZIONE DEI VOLUMI DELLE VENDITE E DEL VALORE DELLE VENDITE IN ITALIA DEL VINO (ROSSO, ROSÈ, BIANCO) NEL PERIODO 2017-2022 -NUMERI INDICE, BASE 2017=100 -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)

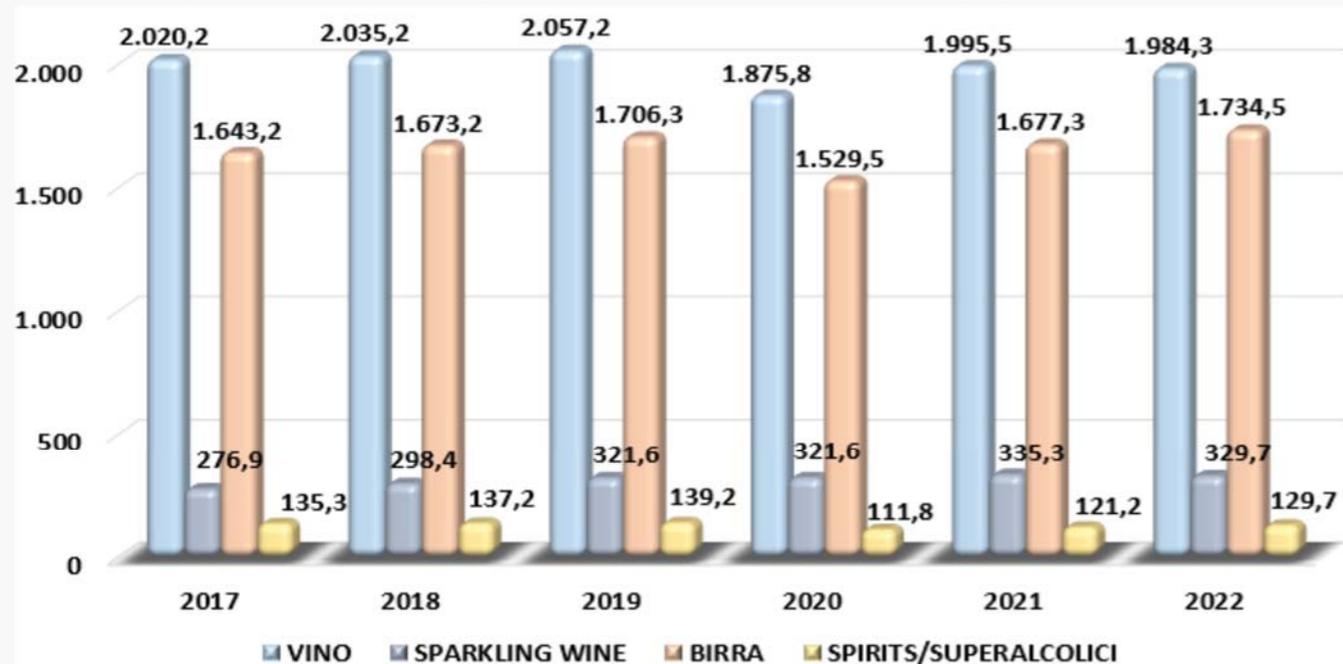


# Ripartizione dei volumi di vendita e del valore delle vendite del vino, degli sparkling wine, della birra e degli spirits/superalcolici in Italia (2017-2022)

Di fatto, nel 2022 scende al 47,5% (dal 49,7% del 2017) il peso del vino sul totale dei volumi di vendita nel segmento delle bevande alcoliche, intese come aggregato di vino, birra, sparkling wine e spirits/superalcolici. Nello stesso anno il peso della birra raggiunge il 41,5% del totale dei volumi di vendita (era il 40,3% nel 2017). Il peso degli sparkling wine sui volumi totali sale al 7,9% (dal 6,8% del 2017), mentre quello degli spirits/superalcolici scende al 3,1% (era il 3,3% nel 2017). Nel 2022, in termini di valore delle vendite, la quota degli spirits/superalcolici raggiunge, invece, il 26% (con quasi 9,2 miliardi di Euro).

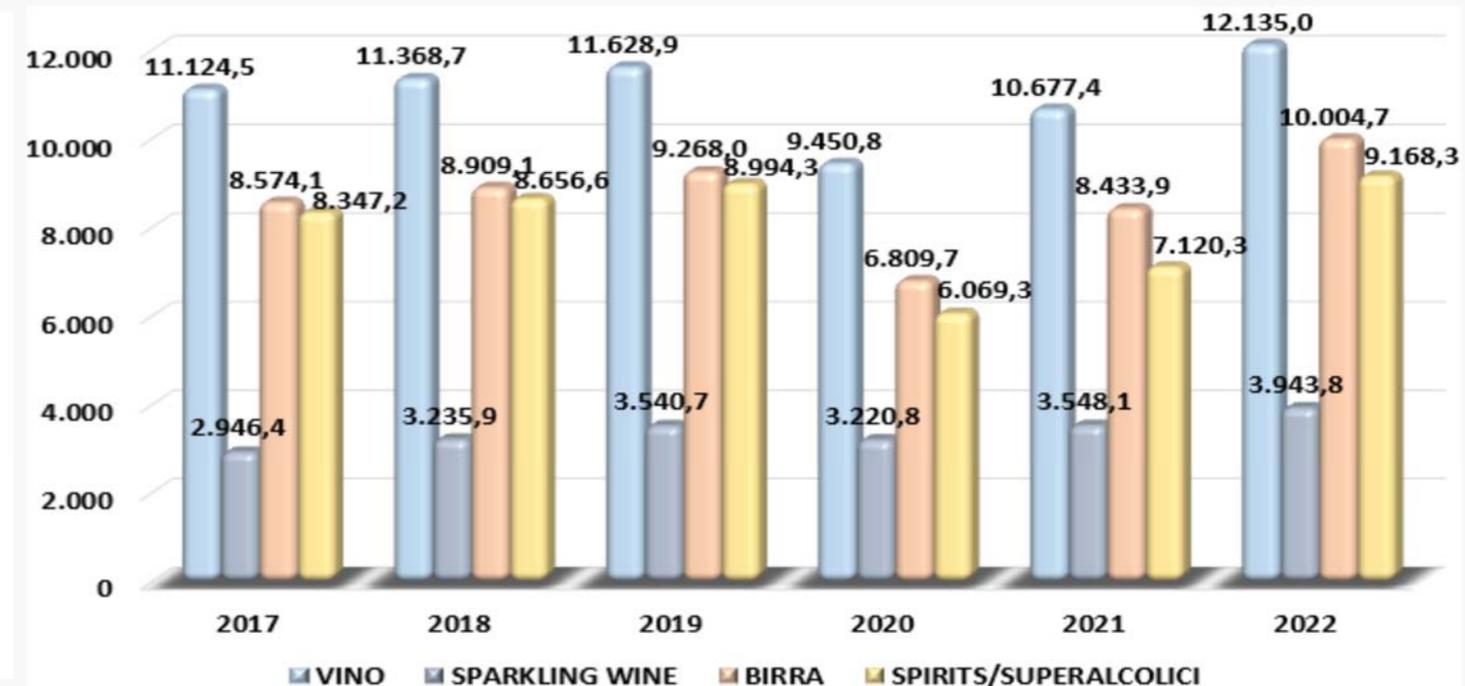
**I VOLUMI DELLE VENDITE IN ITALIA DEL VINO (ROSSO, ROSÈ, BIANCO), DEGLI SPARKLING WINE, DELLA BIRRA E DEGLI SPIRITS/SUPERALCOLICI NEL PERIODO 2017-2022 -MILIONI DI LITRI-**

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)



**IL VALORE DELLE VENDITE IN ITALIA DEL VINO (ROSSO, ROSÈ, BIANCO), DEGLI SPARKLING WINE, DELLA BIRRA E DEGLI SPIRITS/SUPERALCOLICI NEL PERIODO 2017-2022 -MILIONI DI EURO-**

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)

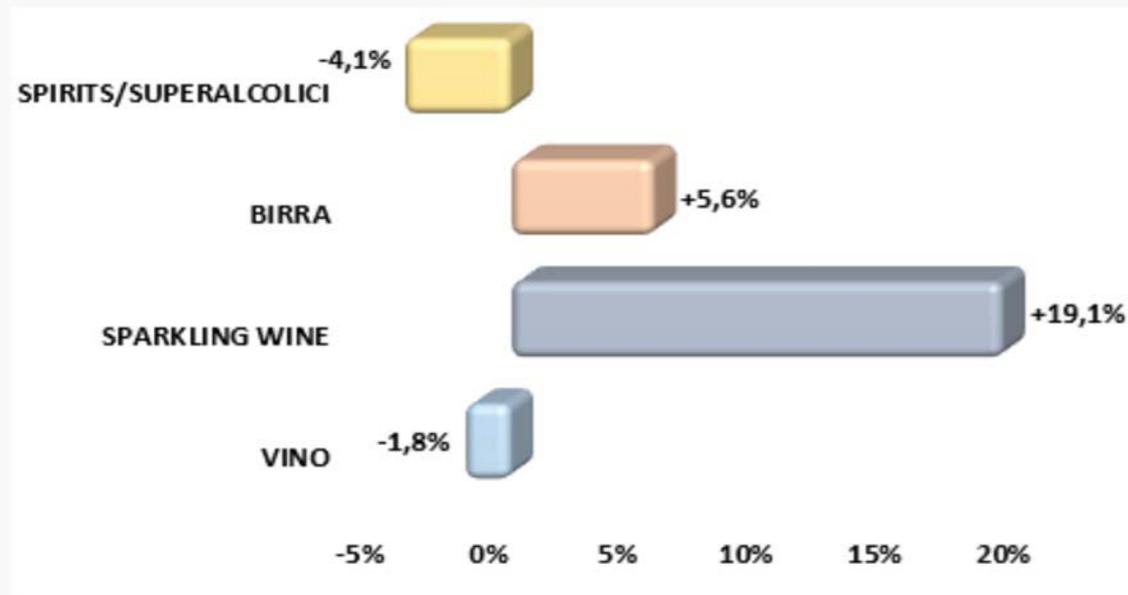


# La variazione 2022/2017 dei volumi di vendita e del valore delle vendite del vino, degli sparkling wine, della birra e degli spirits/superalcolici in Italia

Nel complesso nel periodo 2017-2022 i volumi delle vendite degli sparkling wine, sebbene registrino un lieve arretramento nel 2022 rispetto al 2021, segnalano una crescita pari al +19,1% (a fronte di un incremento del valore delle vendite pari al +33,9%). Nello stesso periodo la birra registra un aumento dei volumi di vendita pari al +5,6% (a fronte di un incremento del +16,7% del valore delle vendite). Il vino segnala, invece, una diminuzione dei volumi di vendita nel 2022 rispetto al 2017 pari al -1,8% (a fronte di un incremento del +9,1% del valore delle vendite). Infine gli spirits/superalcolici registrano una diminuzione dei volumi di vendita nello stesso periodo pari al -4,1% (a fronte di una crescita del valore delle vendite pari al +9,8%).

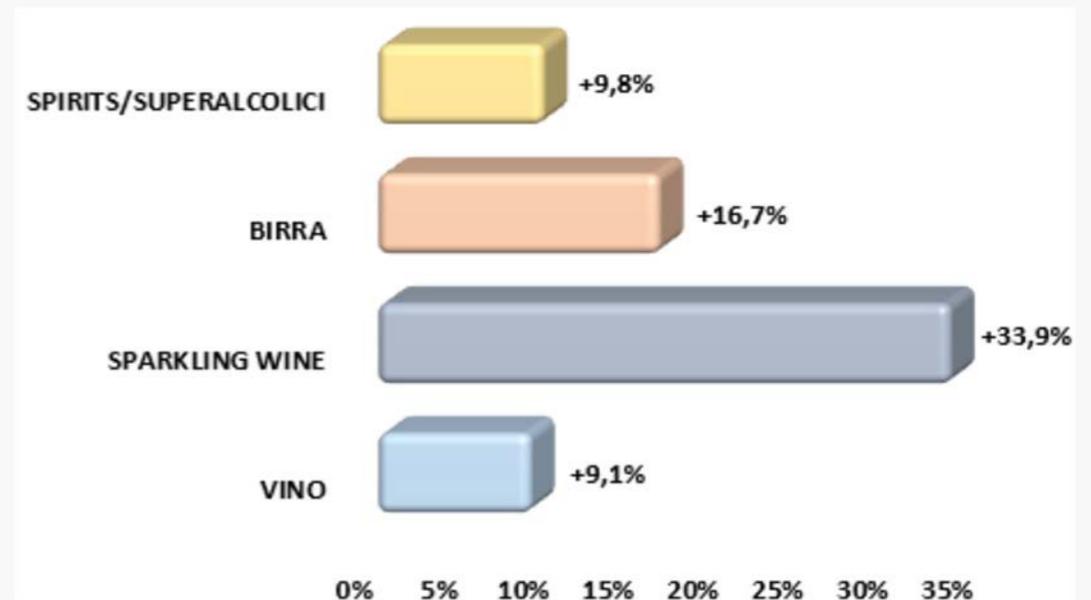
## VARIAZIONE DEI VOLUMI DELLE VENDITE IN ITALIA DEL VINO (ROSSO, ROSÈ, BIANCO), DEGLI SPARKLING WINE, DELLA BIRRA E DEGLI SPIRITS/SUPERALCOLICI NEL 2022 RISPETTO AL 2017 -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)



## VARIAZIONE DEL VALORE DELLE VENDITE IN ITALIA DEL VINO (ROSSO, ROSÈ, BIANCO), DEGLI SPARKLING WINE, DELLA BIRRA E DEGLI SPIRITS/SUPERALCOLICI NEL 2022 RISPETTO AL 2017 -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)



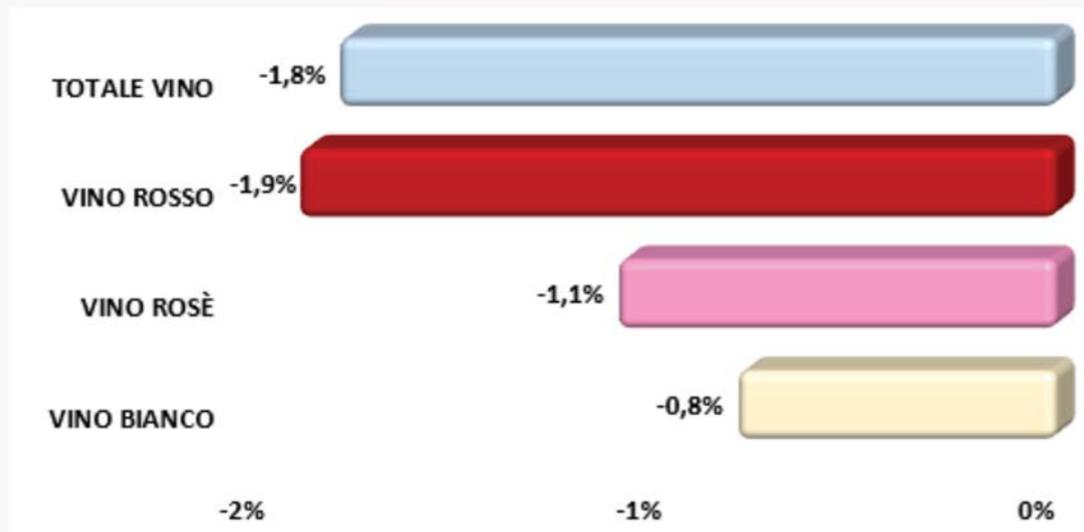


# La variazione 2022/2017 dei volumi di vendita e del valore delle vendite del vino in Italia per tipologia

In termini di volumi, i vini bianchi, che rappresentano il 46,1% del totale dei volumi di vendita di vino in Italia nel 2022, segnalano una diminuzione rispetto al 2017 pari al -0,8% (a fronte di un incremento del valore delle vendite, nello stesso periodo, pari al +10,2%). Nello stesso periodo i vini rosati, che rappresentano il 9,2% dei volumi di vendita nel 2022, registrano un decremento dei volumi pari al -1,1% (a fronte di un incremento del +9,8% del valore delle vendite nello stesso periodo). Il vino rosso, con il 44,7% del totale dei volumi di vendita nel 2022 segnala, invece, una diminuzione più consistente dei volumi di vendita nel 2022 rispetto al 2017 pari al -1,9% (a fronte di un incremento del +7,7% del valore delle vendite nello stesso periodo).

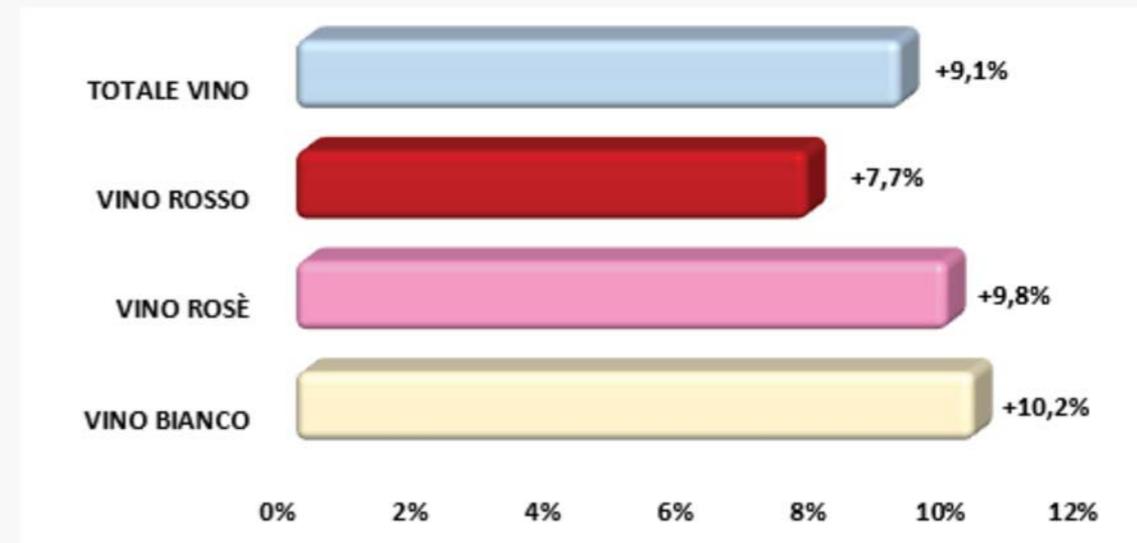
## VARIAZIONE DEI VOLUMI DELLE VENDITE IN ITALIA DEL VINO ROSSO, DEL VINO ROSÈ E DEL VINO BIANCO NEL 2022 RISPETTO AL 2017 -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)



## VARIAZIONE DEL VALORE DELLE VENDITE IN ITALIA DEL VINO ROSSO, DEL VINO ROSÈ E DEL VINO BIANCO NEL 2022 RISPETTO AL 2017 -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)

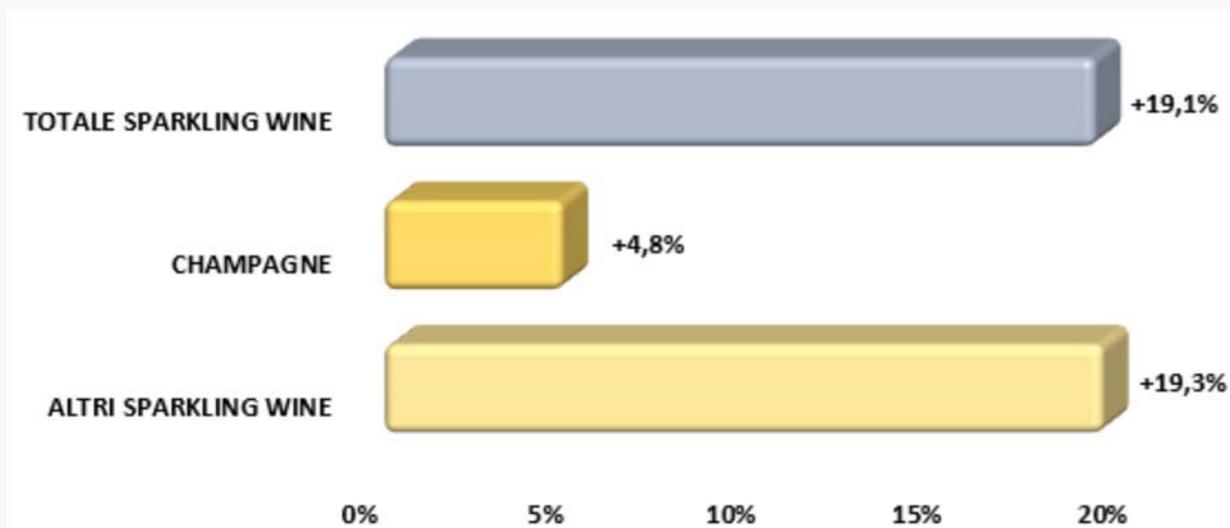




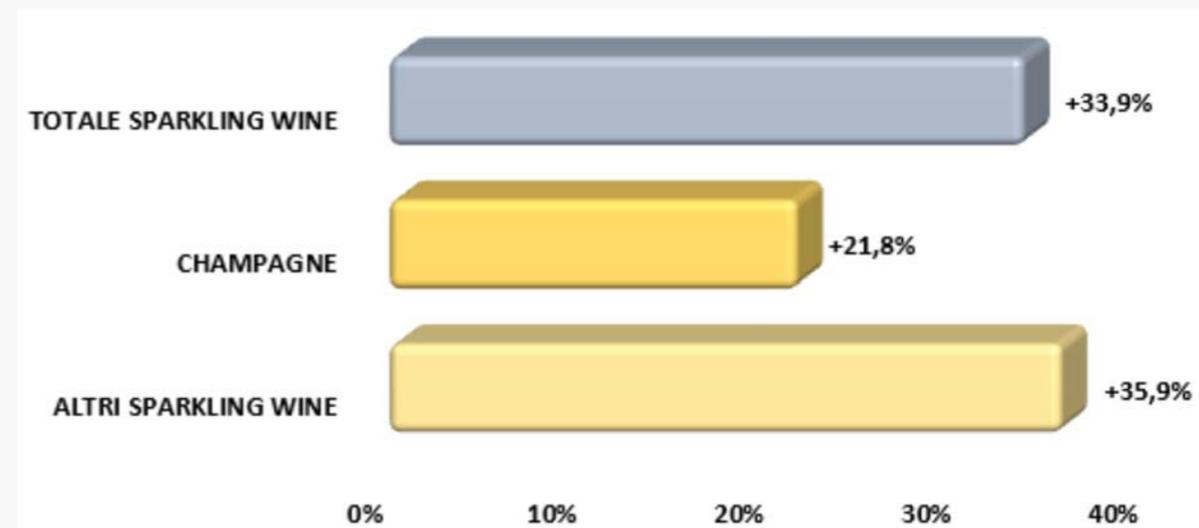
# La variazione 2022/2017 dei volumi di vendita e del valore delle vendite degli sparkling wine per tipologia

Con riferimento alla variazione dei volumi di vendita degli sparkling wine, si segnala che gli «champagne», che rappresentano l'1,5% del totale dei volumi di vendita di sparkling wine in Italia nel 2022, segnalano un incremento rispetto al 2017 pari al +4,8% (a fronte di un incremento del valore delle vendite, nello stesso periodo, pari al +21,8%). Gli «altri sparkling wine», con il 98,5% del totale dei volumi di vendita nel 2022 segnalano, invece, un aumento molto più sostenuto dei volumi di vendita nel 2022 rispetto al 2017 pari al +19,3% (a fronte di un incremento del +35,9% del valore delle vendite nello stesso periodo).

**VARIAZIONE DEI VOLUMI DELLE VENDITE IN ITALIA  
DEGLI SPARKLING WINE PER TIPOLOGIA NEL 2022 RISPETTO AL 2017 -%-**  
*(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)*



**VARIAZIONE DEL VALORE DELLE VENDITE IN ITALIA  
DEGLI SPARKLING WINE PER TIPOLOGIA NEL 2022 RISPETTO AL 2017 -%-**  
*(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)*



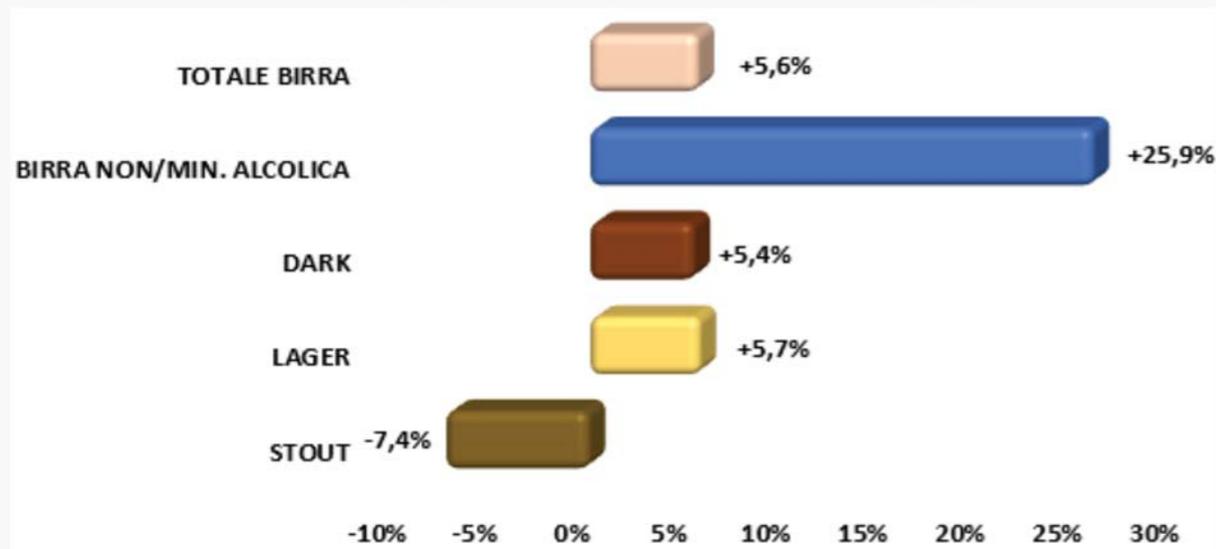


# La variazione 2022/2017 dei volumi di vendita e del valore delle vendite della birra in Italia per tipologia

Per quanto riguarda la birra, la «stout» che rappresenta il 2,2% del totale dei volumi di vendita di birra in Italia nel 2022, segnala una diminuzione rispetto al 2017 pari al -7,4% (a fronte di un aumento del valore delle vendite, nello stesso periodo, pari al +0,9%). Nello stesso periodo la «lager» che rappresenta il 91,4% dei volumi di vendita nel 2022, registra un aumento dei volumi pari al +5,7% (a fronte di un incremento del +17,1% del valore delle vendite nello stesso periodo). La «dark», con il 5,1% del totale dei volumi di vendita nel 2022 segnala una crescita dei volumi di vendita nel 2022 rispetto al 2017 pari al +5,4% (a fronte di un incremento del +19,3% del valore delle vendite nello stesso periodo). Infine, la «birra analcolica o con bassissima gradazione alcolica», con l'1,3% del totale dei volumi di vendita di birra in Italia nel 2022, segnala un forte incremento dei volumi di vendita rispetto al 2017 pari al +25,9% (a fronte di una crescita del valore delle vendite che raggiunge, nello stesso periodo il +40%).

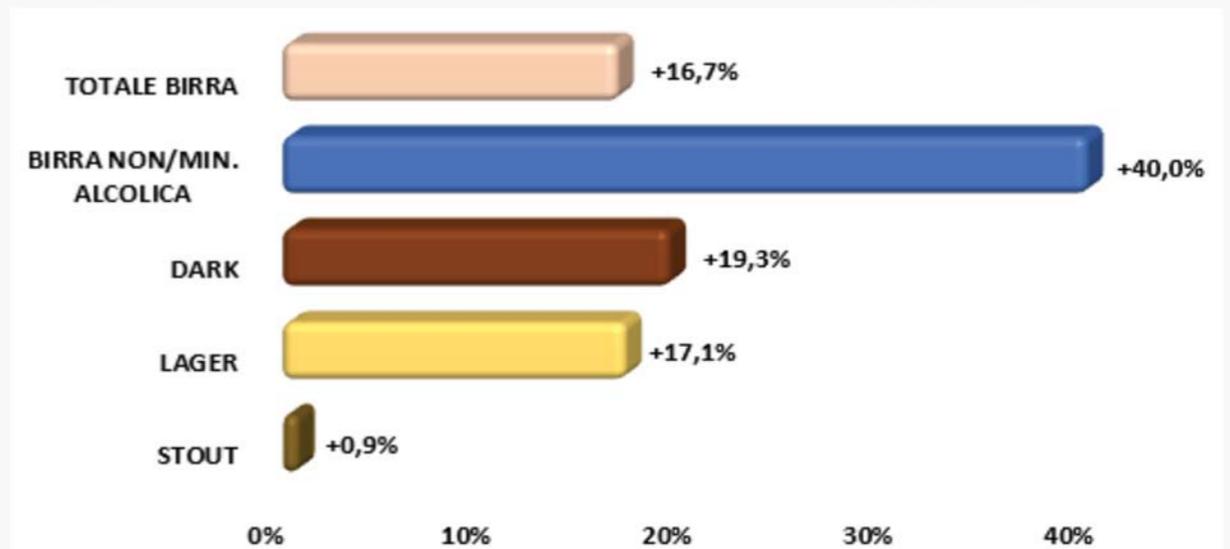
## VARIAZIONE DEI VOLUMI DELLE VENDITE IN ITALIA DELLA BIRRA PER TIPOLOGIA NEL 2022 RISPETTO AL 2017 -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)



## VARIAZIONE DEL VALORE DELLE VENDITE IN ITALIA DELLA BIRRA PER TIPOLOGIA NEL 2022 RISPETTO AL 2017 -%-

(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)



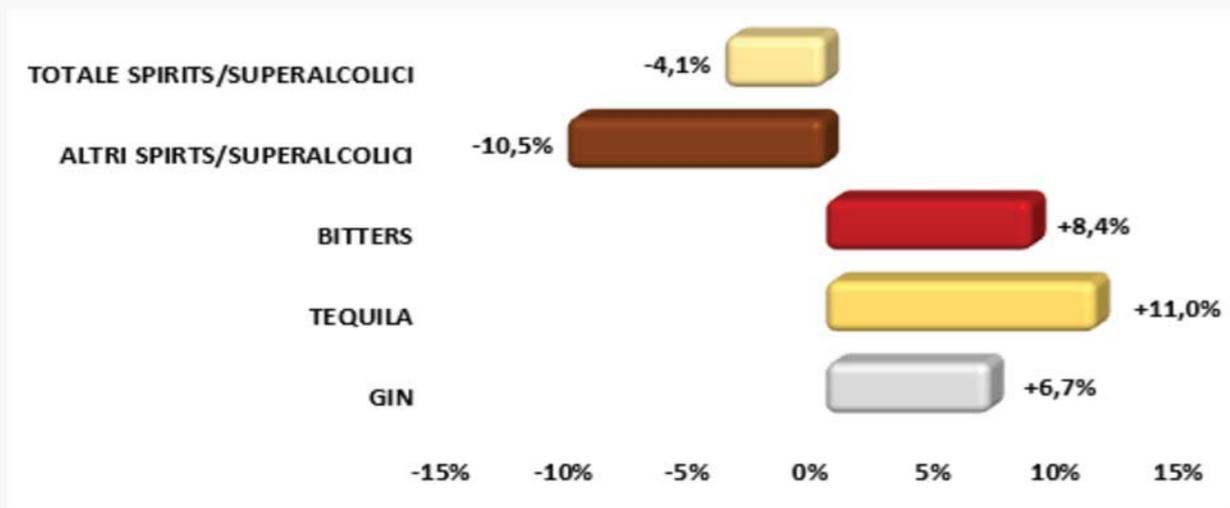


# La variazione 2022/2017 dei volumi di vendita e del valore delle vendite degli spirits/superalcolici in Italia per tipologia

Sul fronte degli spirits/superalcolici il quadro si presenta molto eterogeneo. Da una parte alcune referenze, come i bitters, la tequila e il gin registrano significativi incrementi nei volumi di vendita, dall'altra le altre referenze (tra cui grappe, whiskies e rum) registrano arretramenti. In particolare, i bitters che rappresentano il 32% del totale dei volumi di vendita spirits/superalcolici in Italia nel 2022, segnalano un incremento dei volumi rispetto al 2017 pari al +8,4% (a fronte di un aumento del valore delle vendite, nello stesso periodo, pari al +22,5%). Nello stesso periodo tequila e gin che rappresentano nell'insieme il 6% dei volumi di vendita nel 2022, registrano un aumento dei volumi rispettivamente pari al +11% e al +6,7% (a fronte di un incremento del +29,4% e del +16,8% del valore delle vendite nello stesso periodo). Di contro, l'insieme degli altri spirits/superalcolici, con il 62% del totale dei volumi di vendita in questa categoria in Italia nel 2022, segnalano un significativo calo dei volumi di vendita rispetto al 2017 pari al -10,5% (a fronte di una crescita del valore delle vendite che raggiunge, nello stesso periodo il +2,3%).

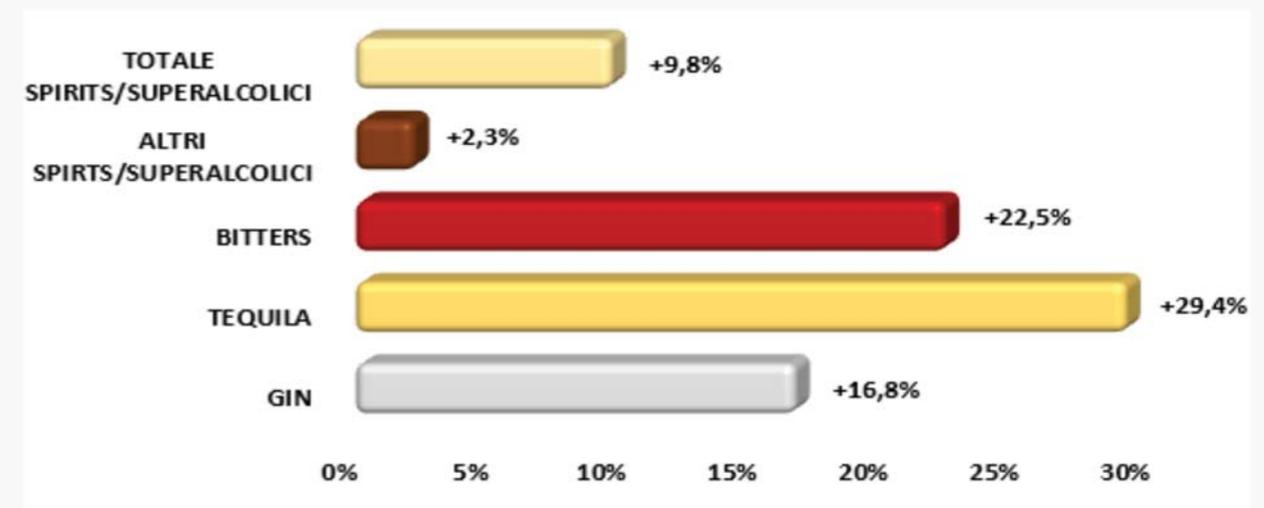
**VARIAZIONE DEI VOLUMI DELLE VENDITE IN ITALIA DEGLI SPIRTIS E DEI SUPERALCOLICI PER TIPOLOGIA NEL 2022 RISPETTO AL 2017 -%-**

*(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)*



**VARIAZIONE DEL VALORE DELLE VENDITE IN ITALIA DEGLI SPIRTIS E DEI SUPERALCOLICI PER TIPOLOGIA NEL 2022 RISPETTO AL 2017 -%-**

*(Fonte: elaborazione propria su dati Euromonitor International, giugno 2023)*





# Verso un cambio di paradigma?

La crisi inflazionistica osservata nel 2022 ha esercitato una pressione al rialzo sui prezzi che ha portato i consumatori a razionalizzare la propria spesa. Da una parte, si sono ridotti i consumi di vino e si è passati ad alternative più economiche come la birra, dall'altra, si è contenuto il consumo di alcuni superalcolici. L'abolizione delle restrizioni legate alla pandemia unita alla ripresa del turismo dall'estero hanno contribuito ad aumentare oltre alle vendite di birra anche quelle degli sparkling wine, in particolare nel canale *on-trade* (a fronte di un calo dei volumi di vendita nel 2022 nel canale *off-trade*) anche per la riscoperta di eventi specifici, come i ricevimenti e gli aperitivi. Nel complesso i dati positivi sui volumi di vendita della birra rispetto a quelli negativi del vino, registrati nel periodo d'indagine (2017-2022) in Italia, trovano riflesso in un trend positivo di crescita anche delle più costose birre artigianali (crescita inferiore, comunque, rispetto a quella delle birre standard) e di quelle a basso contenuto alcolico/analcoliche. L'innovazione sta svolgendo un ruolo centrale nel sostenere le vendite di questi prodotti e contribuisce a migliorare l'immagine della birra analcolica e a basso contenuto alcolico che in passato avevano sofferto la percezione di mancanza di sapore oltre che di minore qualità rispetto alla birra standard. Sul fronte degli spirits/superalcolici la riscoperta dei cocktails e degli aperitivi, anche tra i giovani, trova riflesso sia nell'aumentata popolarità della cosiddetta *mixology*, con un incremento dei consumi di gin e tequila, sia nell'incremento del consumo dei bitters. Una nuova frontiera dell'innovazione sembra anche andare nella direzione della valorizzazione dei gin analcolici con alcuni esercizi commerciali che offrono i cosiddetti *mocktails* (cocktails analcolici). Sul fronte dell'innovazione il vino biologico e biodinamico (e in parte anche quello analcolico) potrebbe ottenere buoni risultati tra i giovani che tendono ad essere più ricettivi verso il tema della sostenibilità. Tuttavia, un potenziale ostacolo è la limitata possibilità di personalizzazione dei vini. Questo concetto, sempre più importante per i consumatori più giovani, è destinato a fornire alla birra e ad alcuni cocktails un vantaggio competitivo, con queste bevande alcoliche che registrano maggiori investimenti nella sperimentazione. L'aumento del turismo estero, da una parte, e l'invecchiamento della popolazione italiana, dall'altra, dovrebbero comunque favorire la tenuta dei consumi di vino sia di qualità sia da tavola, sebbene anche nei primi 9 mesi del 2023 nella GDO si registri un arretramento dei volumi di vendita del vino (fonte: osservatorio Ismea).

FONDO  
SVILUPPO

**Pierpaolo Prandi**

[prandi.p@confcooperative.it](mailto:prandi.p@confcooperative.it)

