

Il vino nella Gdo: Prosecco, Chianti e Lambrusco sul podio delle vendite

24 Marzo 2025



VERONA – Sono 753 milioni i litri di vino e spumante venduti nel 2024 nella Grande Distribuzione Italiana che resta il canale di vendita più importante per il settore e offre una fotografia chiara delle preferenze degli italiani in fatto di vini.

L'Istituto di Ricerca Circana ha reso disponibili in anteprima alcuni dati dello studio "Circana per Vinitaly" che, come da tradizione, verrà presentato nella sua interezza nel corso della tavola rotonda "Vino e Gdo: Innovazione, Mercati e Opportunità", in programma a Vinitaly lunedì 7 aprile. In questa occasione, oltre a fare il punto sull'andamento del settore vinicolo in grande distribuzione nel 2024, mettendo a confronto produttori e distributori, verranno presentati i dati dei primi mesi dell'anno, per approfondire i primi segnali che vengono dai mercati e che potrebbero condizionare il 2025.

Gli ultimi anni sono stati di grande sofferenza per il mercato del vino nella Gdo, a causa degli

effetti a lungo termine degli aumenti dei costi di produzione e dei loro riflessi sugli scaffali. Tuttavia, a partire dal 2023, l'andamento del mercato del vino, pur mantenendo il segno meno, ha cominciato a dare segni di miglioramento e nel 2025 potrebbe proseguire nella stessa direzione, grazie in parte al raffreddamento dei prezzi dei prezzi – da non intendere come riduzione – e al conseguente scenario di maggiore stabilità. Il tutto, al netto dei dazi minacciati dall'amministrazione Trump.

Alcuni dati sul comparto – Secondo Circana, il settore chiude il 2024 con un -1,3% a volume sull'anno precedente (fatta eccezione per lo spumante che sembra aver intrapreso un percorso diverso), in parte compensato da un +2,2% a valore. Performance positiva per i vini in bottiglia a denominazione d'origine che registrano un +0,7%, confermata anche da altre categorie di vini che nel 2024 hanno registrato buoni risultati, in parte inaspettati.

I vini che crescono, a volume e a valore – Nel 2024, crescono significativamente a volume, rispetto all'anno precedente, il siciliano Inzolia, con il +12,9%, il Primitivo di Puglia (+11,8%), quasi al pari del Vermentino (Sardegna, Toscana, Liguria) con il +11,7%, seguito dalla friulana Ribolla (+11,3%). La classifica dei vini “emergenti”, cioè quelli col maggior tasso di crescita rispetto all'anno precedente, elaborata invece a valore, mostra il Vermentino al primo posto con +13,5%, seguito dal Primitivo di Puglia con il +12,6%, dal trentino Lagrein che cresce dell'11,5% e dal Pinot Nero con il +9,8%.

Sul fronte dei prezzi – Il costo medio per il vino a denominazione d'origine in bottiglia (Doc, Docg, Igt) è di 5,57 euro al litro, con un aumento medio del 2% sull'anno precedente, decisamente più contenuto rispetto al dato 2023, che aveva registrato aumenti superiori al 6%.

I vini più venduti nella Gdo

In generale, gli italiani nei supermercati preferiscono i rosati ai bianchi, i bianchi ai rossi e i vini fermi a quelli frizzanti. Al primo posto il Prosecco (Veneto e Friuli V.G.) con quasi 50 milioni di litri venduti (+4,7% rispetto all'anno precedente), seguito dal Chianti (Toscana) con oltre 16 milioni di litri e dal Lambrusco (Emilia-Romagna, Lombardia) con oltre 15 milioni di litri, che però performano peggio dell'anno scorso (-2,9% e -4%).

Da notare le buone performance del Vermentino (Sardegna, Toscana, Liguria), al sesto posto in classifica, che cresce dell'11,7% con oltre 11 milioni e 600mila litri venduti, della Ribolla (Friuli-Venezia Giulia), all'ottavo posto con quasi 8 milioni e 700mila litri venduti (+11,3%) e del Primitivo di Puglia, all'undicesimo posto con 7 milioni e 350mila litri (+11,8%).

“Il 2024 ha visto migliorare il dato (pur sempre negativo) del vino. La frenata dovuta ai prezzi sembra alle spalle, in uno scenario che però non lascia del tutto spazio all’ottimismo e a previsioni di crescita sostenuta della categoria”, ha detto **Virgilio Romano**, direttore dell’analisi aziendale di Circana. “Nel 2024, le scelte degli shopper si sono indirizzate verso un minor acquisto e verso brand/tipologie con un prezzo più basso per la salvaguardia del proprio budget di spesa, eppure segnali positivi ci sono e su quelli bisogna continuare a lavorare. Sarà necessario sfruttare questo attuale equilibrio, anche se ancora precario, per fare le scelte intelligenti e lungimiranti e trovare le strategie più efficaci per contrastare una situazione inalterata dal punto di vista dell’offerta e in calo dal punto di vista della domanda, avendo come faro il consumatore”.

Questo il quadro che verrà presentato in dettaglio dall’Istituto di Ricerca Circana a Vinitaly (Verona, 6-9 aprile) nel corso della 21° tavola rotonda su vino e Grande Distribuzione organizzata da Veronafiere. Moderata da Andrea Meneghini, Direttore di GDONews, si terrà a Vinitaly lunedì 7 aprile dalle 10,30 alle 12,30 c/o la Sala Puccini (Centro Congressi Arena, primo piano).

Vi parteciperanno, oltre a Virgilio Romano, per Federvini **Mirko Baggio** (Responsabile Vendite Gdo di Villa Sandi); per Unione Italiana Vini **Francesca Benini** (Sales and Marketing Director di Cantine Riunite e CIV); per Carrefour Italia **Lorenzo Cafissi** (Responsabile Beverage Alcolico); per Conad **Simone Pambianco** (Category Manager Bevande); per Coop Italia **Eleanna Pizzinelli** (Responsabile Reparto Beverage); per MD **Marco Usai** (Wine Specialist).

“A Vinitaly crediamo che la promozione della cultura del prodotto verso tutti i canali commerciali sia la modalità più corretta per aumentare la conoscenza, e così le vendite. Per questo, ogni anno, nell’ambito del salone, dedichiamo un momento di riflessione specifico sul rapporto che il vino ha con la Gdo nel mercato domestico” ha detto **Maurizio Danese**, amministratore delegato di Veronafiere. “Questo incontro ribadisce la storica centralità della grande distribuzione all’interno del palinsesto di Vinitaly, grazie alla presentazione degli studi e dei dati del settore elaborati in collaborazione con l’Istituto di Ricerca Circana. Come organizzatori di fiere, infatti, sappiamo che il nostro ruolo è quello di essere a servizio delle imprese a cui vogliamo fornire i più aggiornati strumenti di market intelligence per affrontare mercati e scoprire nuove opportunità di business”.

In allegato, un’anteprima della ricerca “Circana per Vinitaly”, le classifiche dei vini più venduti (a livello nazionale e per Regione) e dei vini emergenti.