

**VINO, OSSERVATORIO VINITALY-NOMISMA WINE MONITOR: RIAPERTURA HORECA ITALIANA
VALE 6,5 MLD DI EURO PER CONSUMI VINO**

**INDAGINE: SOLO 23% ANDRA' MENO AL RISTORANTE, REVENGE SPENDING SÌ MA CON
GIUDIZIO, MILLENNIALS IN PRIMA FILA**

Verona, 14 maggio 2020 – Con la riapertura, da lunedì 18 maggio, della ristorazione e del ‘fuori casa’ si riattiva anche per il vino italiano un canale naturale che vale al consumo 6,5 miliardi di euro l’anno. E secondo l’instant survey dell’Osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor, realizzata ad aprile su un campione rappresentativo di 1.000 consumatori di vino, solo il 23% degli italiani (in particolare donne, del Sud, che hanno avuto problemi sul lavoro) dichiara che andrà meno al ristorante, a fronte di un 58% per cui non cambierà nulla, fatte salve le adeguate misure di sicurezza da prendere (45%). Non manca, anche se molto misurato, il revenge spending, ovvero la ‘spesa della vendetta’ post-lockdown per i beni voluttuari come il vino: il 10% prevede infatti di spenderne più di prima fuori casa, valore che sale al 15% per i millennials (25-40 anni) e per chi non ha avuto problemi sul lavoro (13%).

Per il direttore generale di Veronafiere, Giovanni Mantovani: “La nostra speranza è che gli storici partner dell’horeca – tra i più penalizzati dall’emergenza - possano essere messi al più presto nelle condizioni di poter riprendere il proprio cammino. Vino, accoglienza e ristorazione rappresentano il primo fattore distintivo del nostro Paese nel mondo, e trovano in Vinitaly il luogo di incontro per eccellenza, con una media di 18mila buyer italiani dell’horeca, dei quali 2/3 legati alla ristorazione. A ciò si aggiunge il tradizionale evento autunnale wine2wine business forum con l’innovativo wine2wine exhibition, primo vero appuntamento internazionale on e off line di quest’anno dedicato al vino”.

Per il responsabile dell’Osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor, Denis Pantini: “Il ruolo della ristorazione e gli effetti del lockdown sulle vendite di vino – sia in Italia che all’estero – sono anche desumibili dalle giacenze a fine aprile di quest’anno, che evidenziano le penalizzazioni subite da alcune blasonate denominazioni che trovano nell’horeca il principale canale di commercializzazione. Si pensi al +9% di volumi in giacenza del Montefalco Sagrantino e del Nobile di Montepulciano, dell’8% del Chianti Classico o alle maggiori eccedenze di bianchi importanti come Falanghina (+16%) e Soave (+24%). Ma il danno inferto dalla chiusura non è solo prerogativa dei vini di fascia premium: si pensi al +36% in giacenza di Castelli Romani o al +22% di Frascati, vini tipicamente somministrati dalle trattorie della Capitale, non solo rimaste chiuse ma purtroppo anche a corto di avventori stranieri”.

In Italia, rileva l’Osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor circa un terzo dei consumatori beve prevalentemente fuori casa (42% i millennials), con un valore che incide per il 45% sul totale delle vendite in Italia (14,3 miliardi di euro nel 2018). Il prezzo medio alla bottiglia è di 15,4 euro, mentre al calice la spesa è di 5,7 euro, secondo l’indagine.

Servizio Stampa Veronafiere

Tel.: + 39.045.829.83.50 - 82.42 - 82.10 - 82.23

E-mail: pressoffice@veronafiere.it

Twitter: @pressVRfiere

Facebook: @veronafiere

Web: www.veronafiere.it

Ispropress

Simone Velasco (327.9131676;

simovela@ispropress.it)

Benny Lonardi (393.4555590;

direzione@ispropress.it)