



Vino e Gdo: DINAMICHE DI MERCATO E CRITICITÀ EMERGENTI

Verona 13 Aprile 2026

Virgilio Romano

Business Insights Director



MERCATI



Vini e Spumanti nel 2025: 3,2 mld€ e 736 mio di litri

Vini e Spumanti		
-0,5%	-2,7%	+2,3%
Trend a Valore	Trend a Volume	Trend prezzo
<i>Largo Consumo Confezionato</i> +3,1%	<i>Largo Consumo Confezionato</i> +1,8%	<i>Largo Consumo Confezionato</i> +1,3%

Promozionalità stabile

Largo Consumo C.
Quota valore Discount
20,3%

+0,1 pt

17,9%

**Quota valore
Discount**

Largo Consumo C.
Quota valore MDD
29,9%

-0,1 pt

11,8%

**Quota valore
MDD**

Largo Consumo C.
Pressione promozionale
24,2%

+0,0 pt

35,9%

Promozioni*

Bene gli Spumanti - Vini fermi meglio dei Vini frizzanti

Vini Fermi

➔ **-0,5%** var. % val.

➔ **-3,1%** var. % vol.

Vini Frizzanti

➔ **-5,5%** var. % val.

➔ **-5,7%** var. % vol.

Spumanti

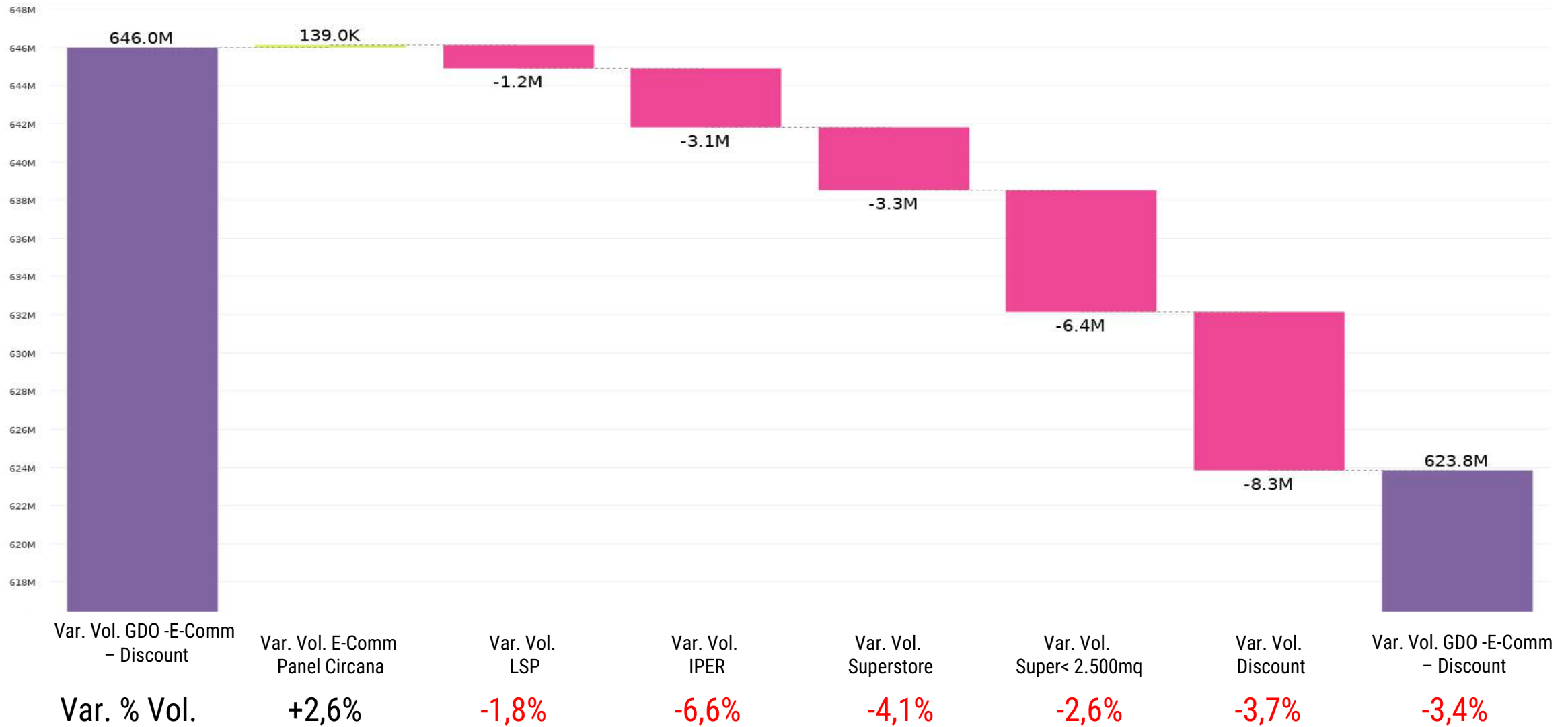
➔ **+1,2%** var. % val.

➔ **+1,5%** var. % vol.



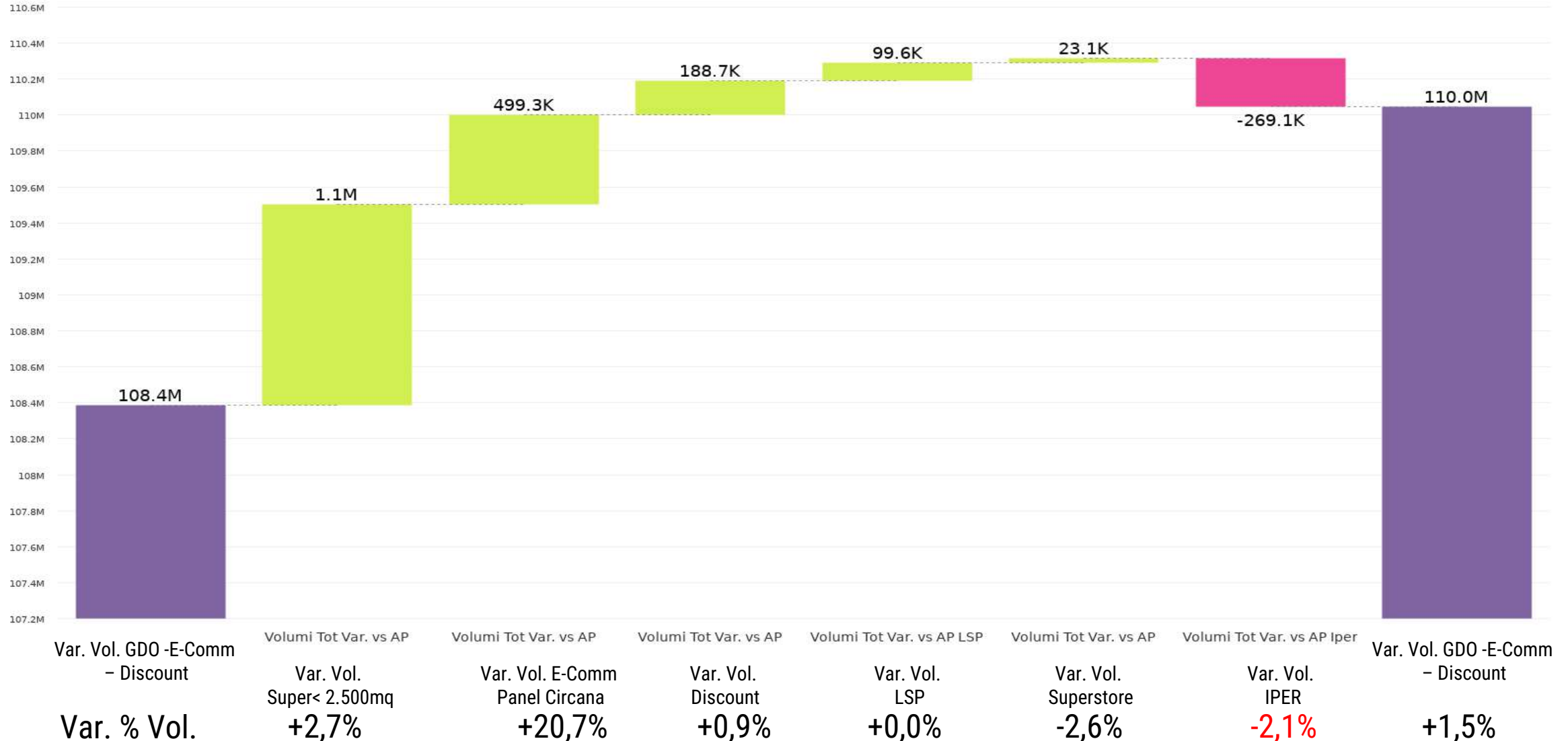
Le dinamiche di vendita del Vino sono le stesse per tutti i canali

Il contributo negativo arriva da tutti i canali con l'eccezione del E-Commerce



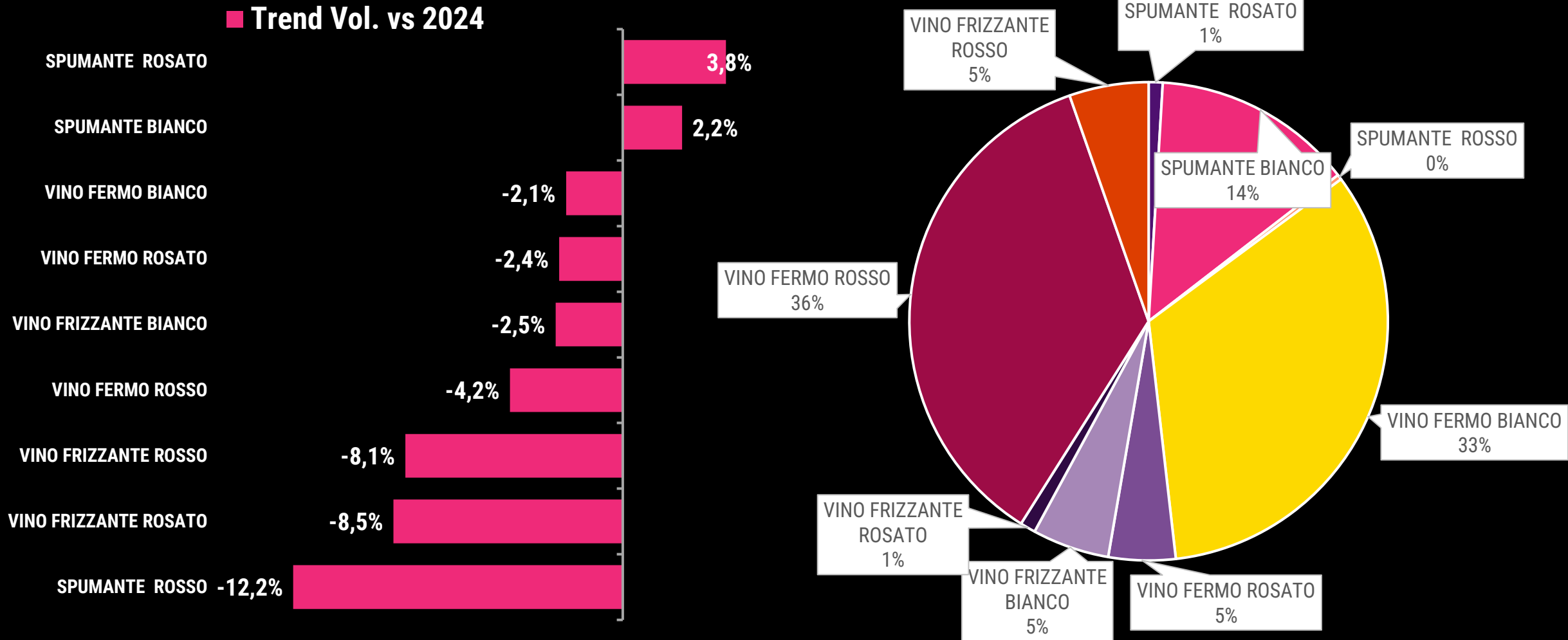
La stessa cosa possiamo dire per gli Spumanti, in positivo

Nello Spumante l'eccezione è rappresentata dagli Ipermercati

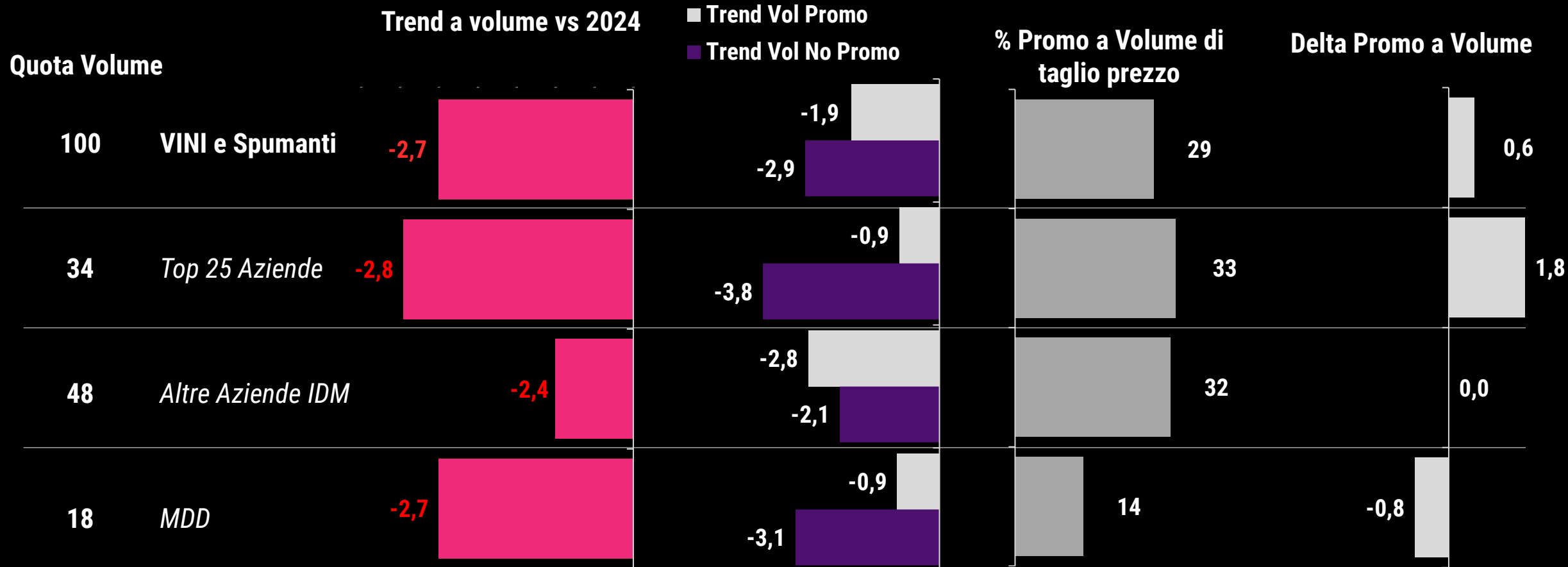


Spumante a parte, i Bianchi Fermi performano meglio e contribuiscono in positivo al risultato dell'anno

Distribuzione % dei volumi tra le diverse tipologie



Il calo riguarda sia le vendite in promo che quelle non in promo e più le grandi aziende e la MDD che non le cantine più piccole

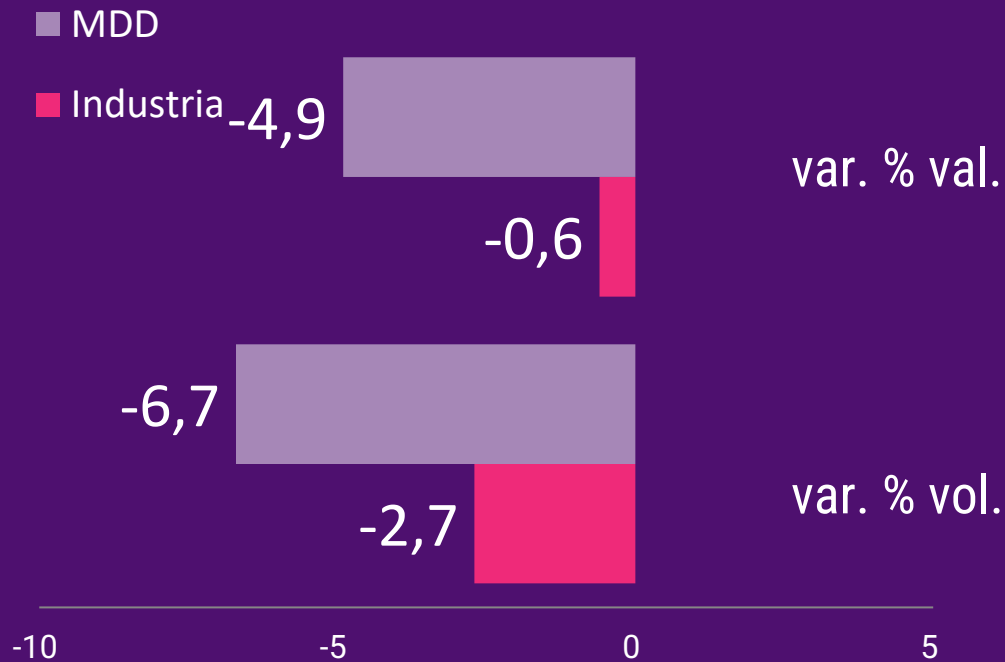


Fonte: Circana su Liquid Data®. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio Piccolo - AT 4 gennaio 2026
Promozioni di taglio prezzo

La MDD vs Cantine

Trend abbastanza allineati tra Industria e Distribuzione (ad eccezione della crescita a valore del vino e a volume degli Spumanti)

Vino - Var. % verso il 2024



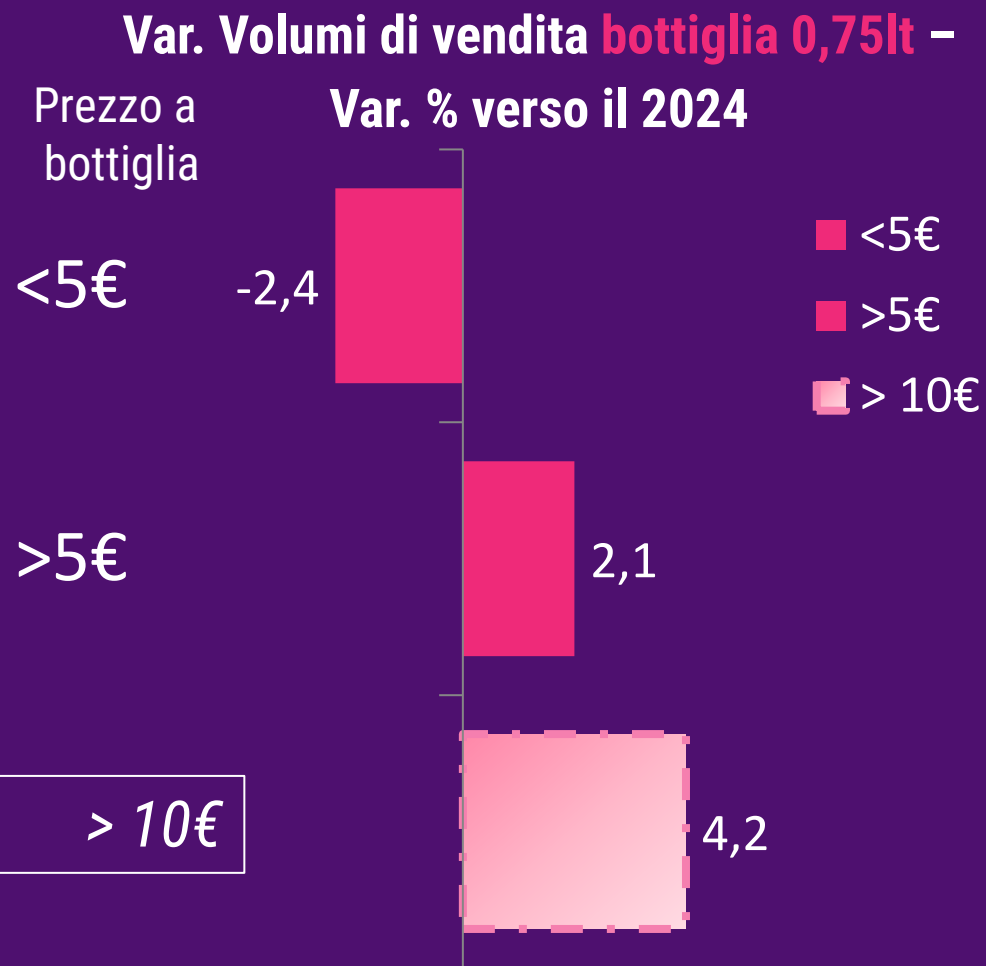
Spumante - Var. % verso il 2024



OPPORTUNITA'



Ragioniamo sui prezzi e performance

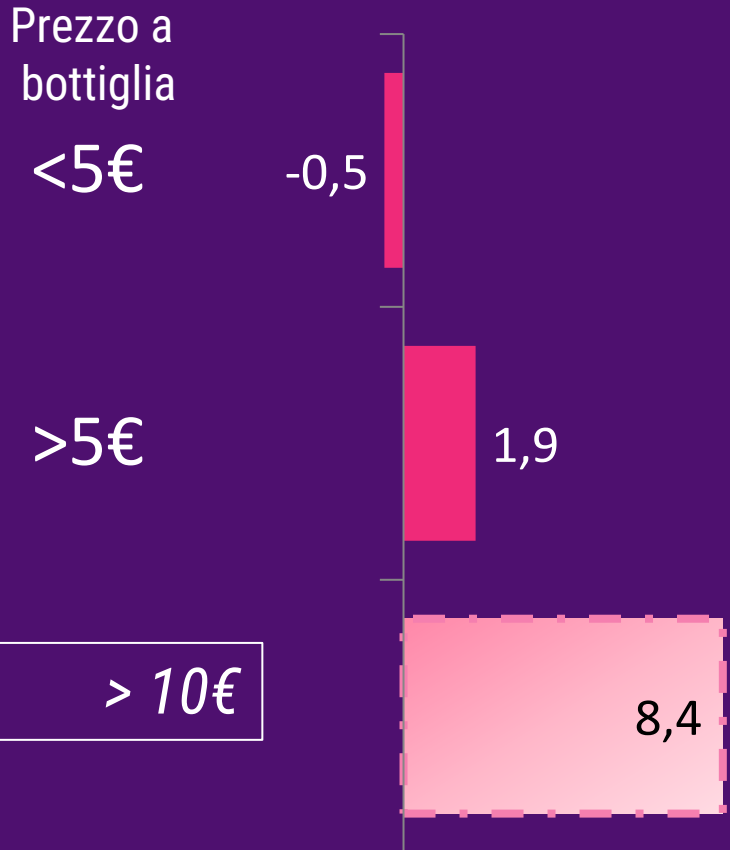


Var % Pr. Btg 0,75	Peso a valore	Peso a volume
1,4%	60	79
0,9%	40	21
1,9%	11	3

I vini che costano di più performano meglio per motivi diversi, ma innanzitutto perchè i volumi importanti li troviamo sotto i 5 euro

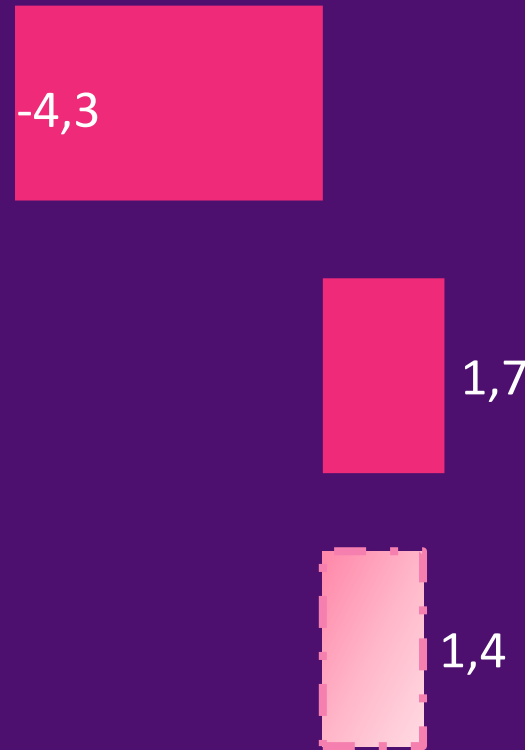
In generale mostriamo scenari che al loro interno presentano dinamiche diverse

Bianchi in bottiglia 0,75lt
Var. % verso il 2024



	Peso a valore	Peso a volume
<5€	61	79
>5€	38	21
> 10€	8	2

Rossi in bottiglia 0,75lt
Var. % verso il 2024



	Peso a valore	Peso a volume
<5€	59	79
>5€	41	21
> 10€	14	4

Anche tra i vini più in difficoltà ci sono spazi di crescita

Riflessione sulla variazione del Prezzo medio e sul suo significato, cosa è successo nel **VINO**

INFLAZIONE (OSSERVATORIO)



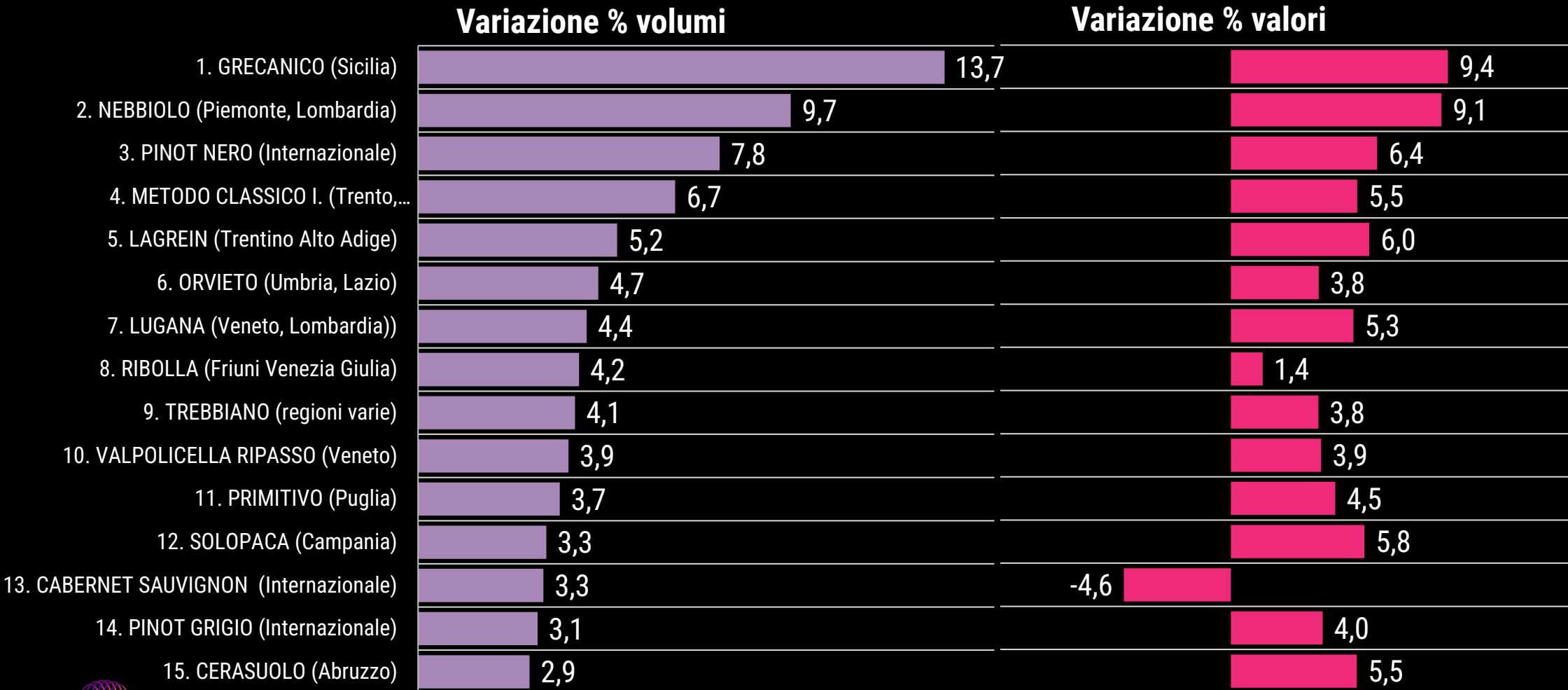
Se il prezzo dei prodotti non cambia ma i consumatori iniziano ad acquistare più prodotti costosi e meno prodotti economici, questo comporterà un aumento del Prezzo Medio.

Questa NON è Inflazione.

Il comportamento dei consumatori può influenzare il Prezzo medio delle categorie a prescindere dalle dinamiche inflattive.

Chi cresce di più a volume nel formato da 0,75lt

Rispetto al passato, crescite moderate anche tra i vini che crescono di più: dimensioni e Prezzo sono variabili da considerare nell'interpretazione delle Informazioni evidenziate



A row of wine glasses on a wooden table, some containing red wine and some containing white wine. The glasses are arranged in a line, receding into the background. The lighting is warm and focused on the foreground glasses.

NO/LOW ALCOHOL E VINI DELCOLATI

Bevande Zero Alcol: Un mercato in crescita

Bevande alcoliche in Europa*

- Performance valore -1,4%
- Performance a volume -2,2%

Low/No alcohol (4% quota valore)

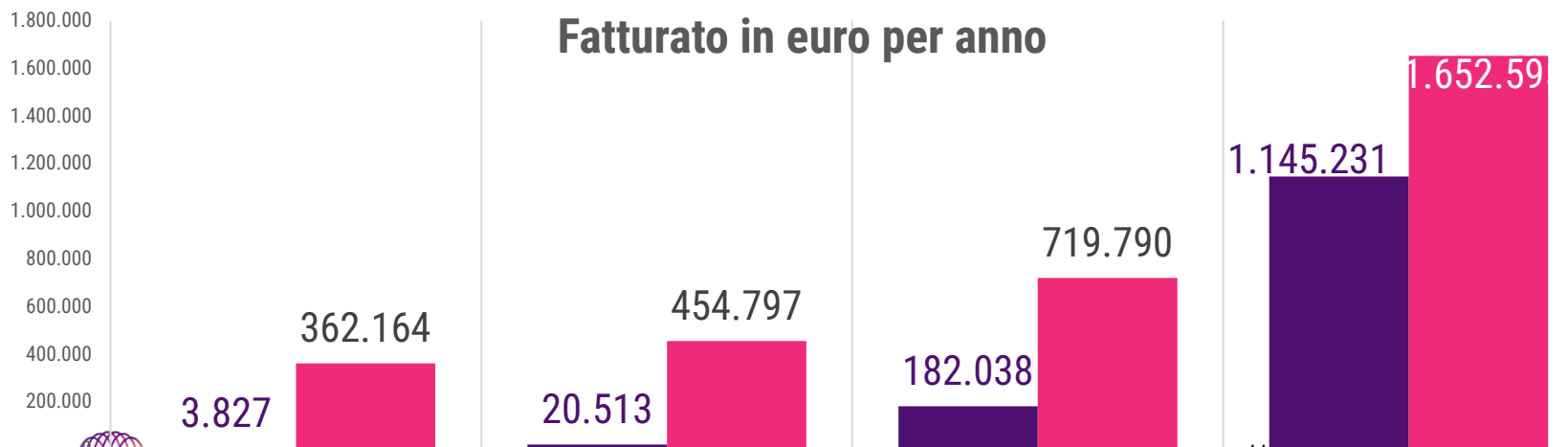
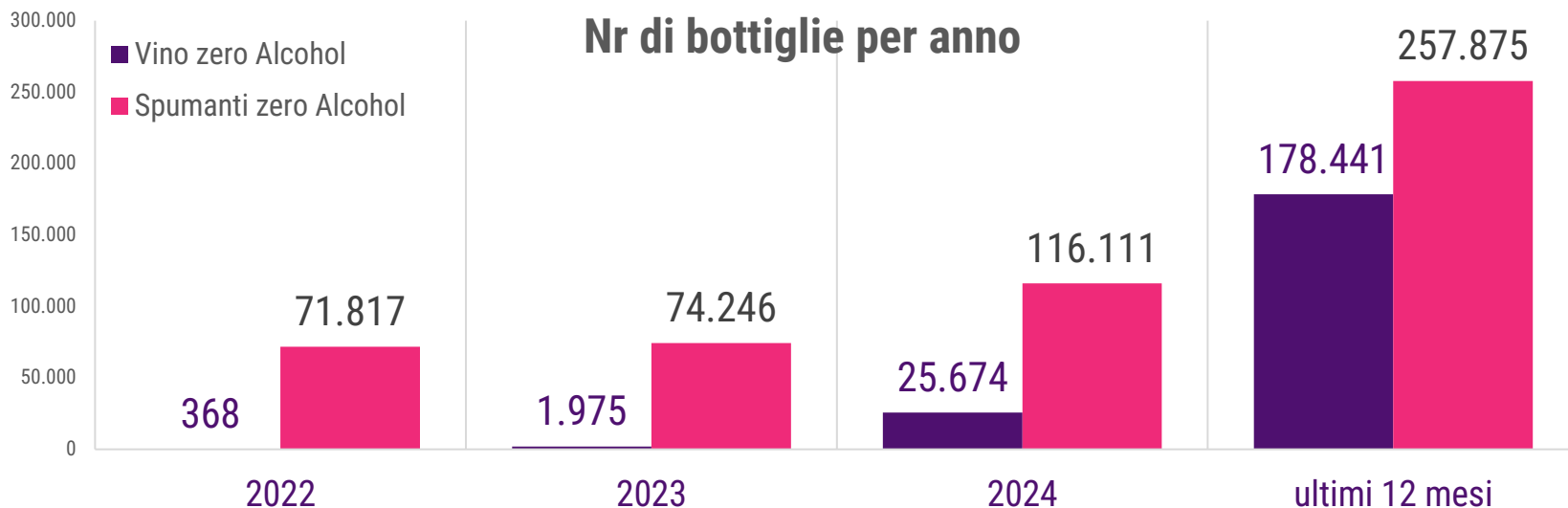
- Performance valore 9,7%
- Performance a volume 6,6%



Vini e Spumanti Dealcolati

Non ancora prodotti in Italia

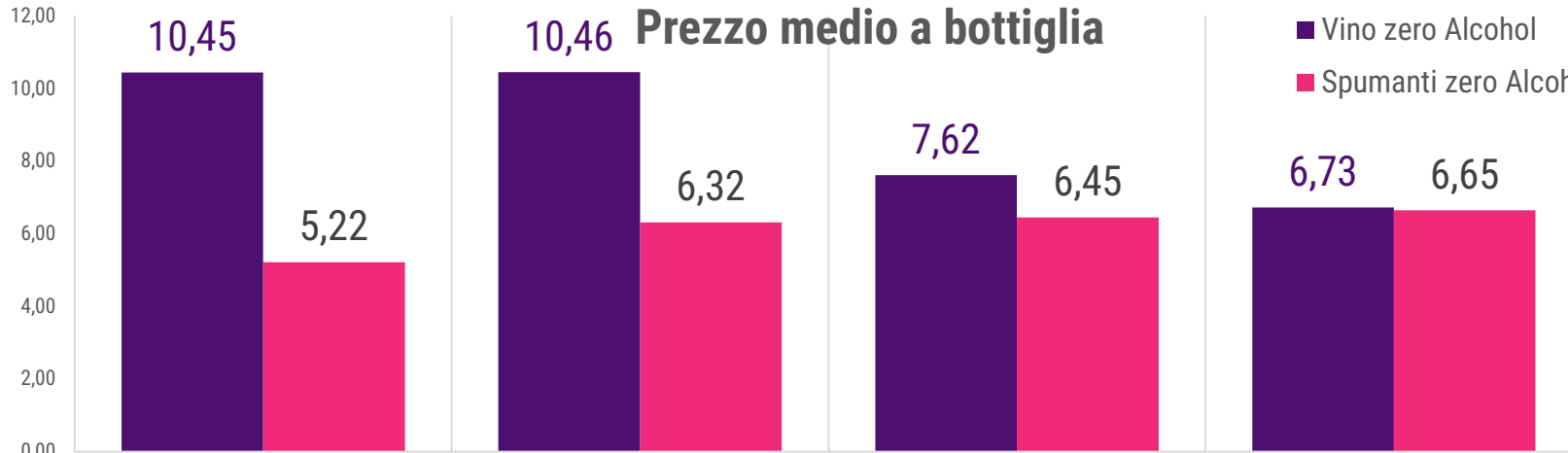
- Solo parlarne ha portato ad un fatturato di 3 mio
- Piccolissima nicchia che evidentemente trova una iniziale risposta dal mercato
- Sicuramente non è la soluzione ma la domanda è se lasciare ad altri il mercato (grande o piccolo) che si determinerà.



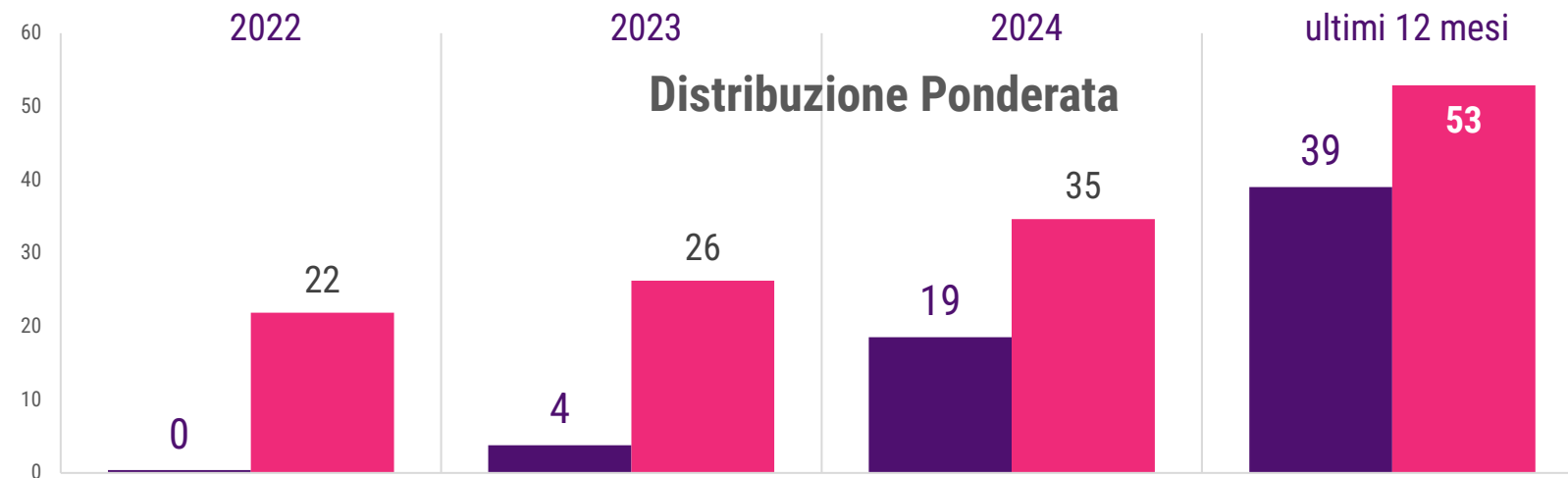
Fonte: Circana su Liquid Data®. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio Piccolo, Discount, At 4 gennaio 2026

Vini e Spumanti Dealcolati

Non ancora prodotti in Italia



- La distribuzione sembra volerci provare, gli Spumanti sono in metà dei punti di vendita
- Oltre sei euro il prezzo medio a bottiglia
- E ancora in Italia non siamo partiti
- Vedremo se ci sarà una via italiana come risposta alla bassa gradazione



Considerazioni



Il 2025 ha visto fare un passettino indietro al vino e ha visto confermare la ripresa agli Spumanti



Le opportunità ci sono , bisogna saperle cogliere.

In un mercato statico ci sono segmenti in crescita



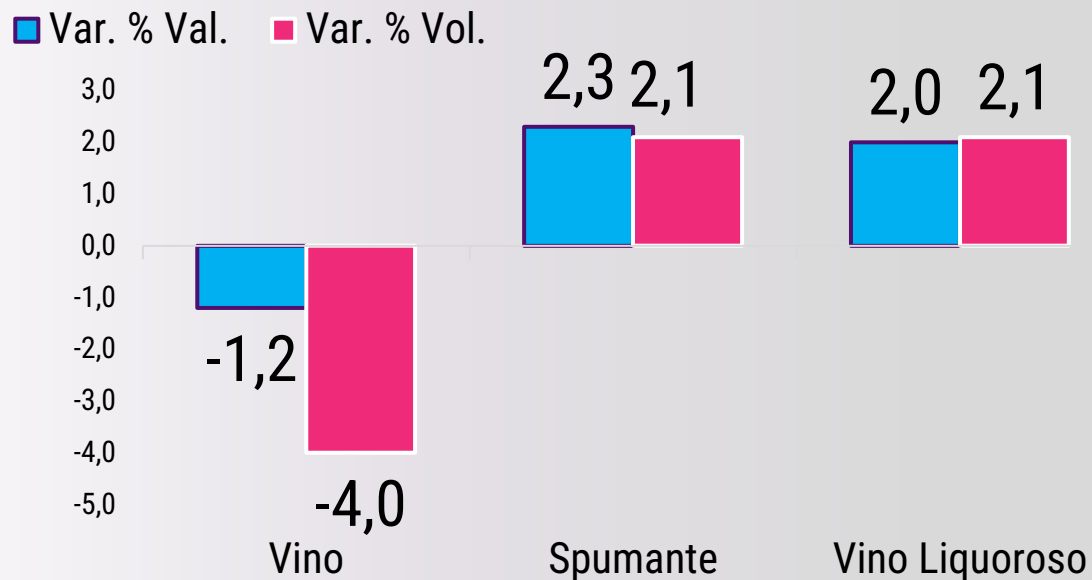
In attesa di vedere cosa succederà con i vini dealcolati



Guardiamo le prime 11 settimane del 2026

Inizia come è finito

Risultato delle prime 11 settimane 2025 (5-1-26 / 22-3-26)



Var. % Prezzo

+2,9%

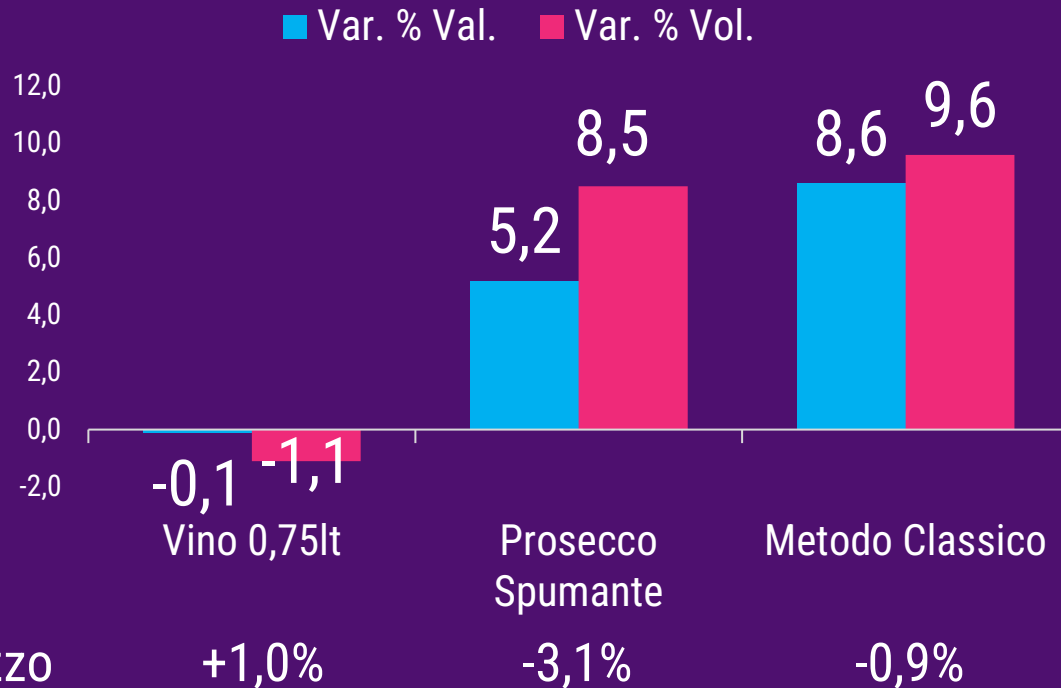
0,2%

-0,1%

I principali segmenti

I primi 4 mesi daranno indicazioni più precise circa la tendenza che possiamo aspettarci nel 2026

Risultato delle prime 11 settimane



Grazie!

Per maggiori informazioni...

Circana Srl

Viale Cassala, 22 – 20143, Milano

tel +39 02 52579 1

www.Circana.com

virgilio.romano@circana.com

Follow us on:

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Facebook](#)

[YouTube](#)

[Instagram](#)

