

1. La Private label e il vino ITALIA

Quota di vendita della marca privata nel vino (% di vendite sul totale a valore)

Agosto 2012.

Elaborazioni Fedagri-Confcooperative su dati Symphony Iri Group

Tipologie di Vini	2011	2012
VINO COMUNE ITALIANO	18,0	19,7
VINO DOC/DOCG ITALIANO	5,1	5,2
VINO ESTERO	6,5	5,6
VINO IGP (IGT) ITALIANO	4,8	5,0
VINO LIQ/PAS/AROM ESTERO	4,7	3,4
VINO LIQ/PAS/AROM ITALIANO	1,6	1,7
<i>Media Vino</i>	7,8	8,3
<i>Media Bevande</i>	8,2	8,7
<i>Media Categorie LCC</i>	17,1	17,9

Le migliori performance di vendita dei vini a marca privata si registrano in particolare nei segmenti dei vini comuni (19,7%) e dei vini IGP (5%).

La quota della marca privata nelle vendite del vino è in ogni caso inferiore sia alla media delle bevande (8,7%) che dei prodotti di Largo Consumo confezionato (LCC), che oggi rappresenta il 17,9% sul totale vendite a valore.

UFFICIO STAMPA FEDAGRI – CONFCOOPERATIVE

Alina Fiordellisi

Via Torino 146

00184 - Roma

Tel. 06 46978202

+39 3803996627

fiordellisi.a@confcooperative.it