

2. La Private Label e il vino Europa

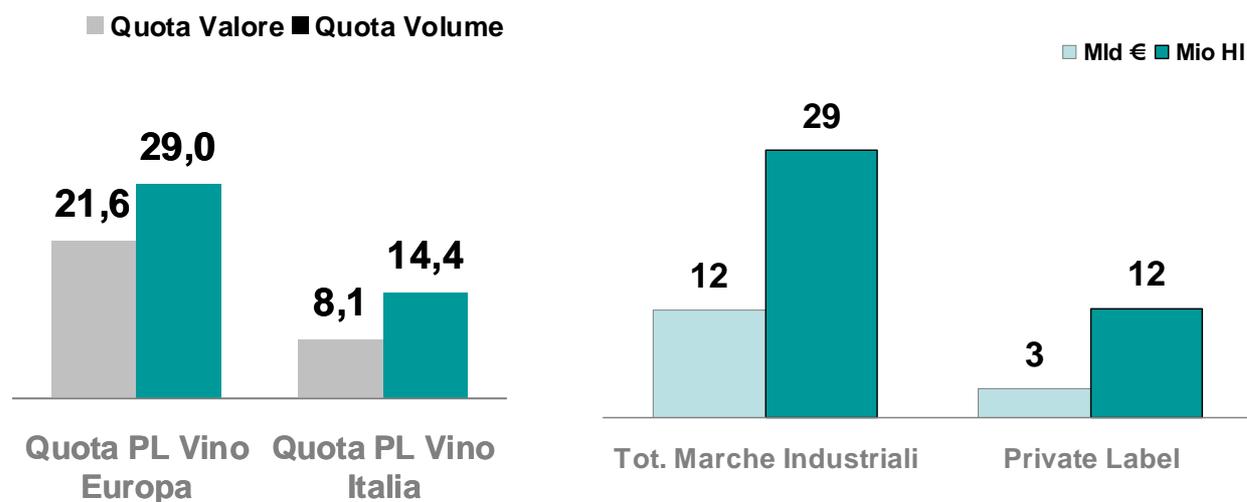
Elaborazioni Fedagri-Confcooperative su dati Symphony Iri Group

La quota della private label nel largo consumo confezionato

I prodotti di Largo Consumo Confezionato (LCC) rappresentano in Europa (Italia, Gran Bretagna, Germania, Francia e Spagna i 5 Paesi presi in considerazione) circa 400 miliardi di euro, di cui il 32% venduti a marca commerciale contro il 68% a marca industriale.

La quota della private label nel vino è pari al 22,6% in valore

La categoria vino vale complessivamente **15 miliardi** di euro di fatturato, per un totale di oltre 40 milioni di ettolitri venduti. Di questo universo, i vini a marca privata rappresentano il 21,6% in valore (con un incremento del +3,6% rispetto al 2011) e il 29% in volume (12 milioni di ettolitri).



La private label: confronto Italia / Europa

In volumi, il vino a marca commerciale rappresenta in Europa circa il 29% delle vendite del vino nel canale off trade, il doppio della quota attualmente raggiunta in Italia (14,4%, dati a consuntivo 2011).

In Europa sono la Francia (31% in valore) e la Spagna (39,2% in volumi) ad avere le quote di mercato più alte (i dati sono aggiornati a giugno 2012).

