

Come Acquistare il Vino al Supermercato: I Consigli dell'Esperto!

Autore: [wpv-post-coauthors]

Abbiamo rivolto alcune domande al Direttore di Vinialsuper.it e Winemag.it, **Davide Bortone**, su **come acquistare il vino al supermercato** e su quali elementi basare un acquisto di qualità.

- **L'equazione prezzo basso = qualità bassa è una semplificazione che nulla dice del prodotto sullo scaffale. Più corretta è la valutazione basata su tipologia di prodotto, zona di produzione e nome del Brand. Condividi questa affermazione? Potrebbe essere un utile suggerimento al consumatore che vuole acquistare una bottiglia di vino in GDO?**

“Prezzo basso” uguale “qualità bassa” è un’affermazione fuorviante, specie in un settore come quello della Grande distribuzione, dove i prodotti – nel nostro caso il vino – sono spesso soggetti a promozioni. Ovviamente bisogna saper valutare di caso in caso. Non sempre si fanno affari, ma spesso questo può accadere. Basta saper scegliere, o farsi consigliare da chi conosce le dinamiche del vino e della Gdo.

Non a caso la nostra rubrica sul vino in promozione sui volantini del supermercato ha riscontrato un ottimo successo, sin dall’esordio. Se da un lato sta crescendo la preparazione del consumatore, dall’altro la capacità d’acquisto del singolo cliente resterà sempre la base dalla quale scaturisce la scelta di un’etichetta, piuttosto che un’altra.

- **La grande distribuzione ha sensibilmente migliorato e diversificato la sua offerta nel comparto vini. Una crescita numerica accompagnata a un incremento della qualità. Il consumatore, infatti, può acquistare vini industriali, vini di cooperative, ma anche prodotti di prestigio a prezzi elevati di Brand noti, e vini di aziende come i Tenimenti Civa che ha dedicato alla GDO un importante progetto agricolo: l’Alta Qualità nel Carrello. La crescita del numero di bottiglie prodotte non viene mai meno a standard qualitativi importanti. Nonostante l’ampio ventaglio d’offerte, nel 2018 le vendite in volume di vino nella GDO sono diminuite (dati 2018: volume – 3,7% e fatturato +2% rispetto al 2017, mentre sono aumentate quelle dei Discount. Consiglieresti l’acquisto di vini in quest’ultimi?**

Sono contento di poter rispondere a questa domanda, dal momento che ritengo centrale la questione del “canale” di vendita del vino. In Italia, girando per cantine o frequentando gli

ambienti professionali del vino, ci si trova ancora a dividersi in maniera netta tra i sostenitori della Gdo e quelli che la vivono come il fumo negli occhi.

Troppo spesso il vino della Grande distribuzione viene vissuto in maniera erronea e screditante. Basterebbe fare un giro nelle “cantine” di diverse insegne di supermercati per rendersi conto di quanto l’aria sia cambiata.

Oggi, anche grazie a distributori che consegnano piccole quantità di vino senza passare dal centro di distribuzione della singola insegna (tradotto: ordini di pochi cartoni al posto di vino a pallet) i capireparto sono in grado di proporre alla loro clientela un’offerta ancora più profonda di vino, di assoluta qualità.

D’altro canto trovo che il successo dei “discount” sia dovuto all’intelligente riposizionamento nel segmento, operato negli ultimi anni. Molte insegne hanno investito molto a livello di marketing e advertising per rifarsi un’immagine, senza ritoccare per questo prezzi e – sostanzialmente – anche il cluster.

La dignità dell’offerta prodotti dei discount è migliorata negli anni. Oggi, anche qui, si possono acquistare vini dall’ottimo rapporto qualità prezzo. Come già detto, occorre però farsi consigliare bene da chi conosce la materia!



- **La GDO fa diversi controlli sui prodotti che vende: richieste di certificazioni, analisi di prodotto... I vini a denominazione (DOC e DOCG) e i vini IGT sono dunque una garanzia di qualità per il consumatore?**

Il prodotto che finisce sullo scaffale del supermercato subisce una serie infinita di controlli. Tra questi anche il vino. In questo segmento, la qualità “sanitaria” del prodotto è il minimo che ci si può aspettare in un Paese evoluto ed industrializzato come il nostro! Il massimo

in termini di “qualità” sarebbe invece garantire sempre e comunque al consumatore il rispetto della tipicità organolettica del vino Doc, Docg e Igt.

Un aspetto demandato alle Commissioni Tecniche di Degustazione, verso le quali nutro forti dubbi. Sono troppi i vini messi in commercio (anche con fascette di Stato) da imbottiglieri troppo poco rispettosi del terroir e della qualità delle uve. Il risultato è una corsa al ribasso che si riflette poi a scaffale, con prezzi irrisori che rischiano di rovinare l’immagine di diverse importanti Denominazioni del vino. Un aspetto verificabile in Italia, purtroppo dilagante anche all’estero.

- **L’etichetta e la retro etichetta possono essere una guida nella scelta del vino? Quali elementi si devono prendere in considerazione?**

Altro tema a me molto caro, grazie per la domanda! Personalmente ritengo che l’etichetta del vino debba risultare leggibile, chiara, precisa e senza raggiri. Credo che il legislatore possa fare un grande passo avanti impedendo l’utilizzo di sigle che indichino il luogo di imbottigliamento del vino, spesso diverso da quello di produzione.

Sarà certamente capitato a molti clienti di ritrovarsi davanti a sigle indecifrabili o abbreviazioni che indicano la cantina produttrice e l’imbottigliatore. Credo che in tutte le battaglie sulla chiarezza dell’etichetta ci si debba concentrare anche su questa: il consumatore va trattato con trasparenza, sempre.

- **Che spiegazione ha l’incremento di vendite della Ribolla gialla che negli ultimi quattro-cinque anni ha fatto registrare un +25/30%?**

L’incremento delle vendite di [Ribolla gialla](#) si inserisce nel contesto dell’aumento della richiesta di “bollicine” da parte dei consumatori. È la lunga “coda” del fenomeno Prosecco, che ha portato diversi territori italiani a produrre spumanti, non sempre con i risultati sperati. Si assiste così a una certa omologazione del gusto che colpisce non solo gli Charmat improvvisati, ma anche i Metodo Classico.

In questo contesto, ritengo che la Ribolla Gialla possa giocarsi una carta territoriale che altre denominazioni non hanno. Ovvio: occorre puntare tutto sulla qualità, perché per produrre uno spumante sensato e di valore non basta solo raccogliere l’uva prima del

tempo, così come non basta più per un rosato fermo.

L'ideale – e questa è una provocazione che lancio ai territori d'Italia più segnati dalla scia del Prosecco – sarebbe identificare nell'ambito aziendale di ogni singola cantina dei veri e propri appezzamenti di terreno con le caratteristiche più adatte alla produzione di spumante, al posto di utilizzare lo stesso vigneto utile alla produzione di vini fermi.

Allora sì che la spumantistica italiana gioverebbe dell'apporto di Charmat da territori non storicamente noti per la produzione di "bollicine".

"Un vigneto, un'etichetta": quanto mi piacerebbe sentire questo slogan da tutti i produttori!

- **Che cosa potrebbe fare la GDO per migliorare ulteriormente la comunicazione del vino venduto nei propri scaffali?**

La Gdo sta purtroppo investendo in maniera troppo sporadica nella comunicazione del vino presente a scaffale. Una sorta di resa incondizionata, che non fa onore alla qualità di molte etichette ormai presenti in vendita. Quello che si potrebbe fare è investire in figure professionali come sommelier o wine expert, capaci di indirizzare il cliente verso acquisti più consapevoli. Sono sicuro che con qualche sforzo e investimento in più, molte catene vedrebbero schizzare ai vertici il fatturato della corsia del vino. Ne gioverebbero loro, i consumatori e tutto il comparto del vino italiano. Da questo punto di vista non smetterò mai di essere fiducioso e di credere in un futuro migliore per tutti.

www.vinialsuper.it

www.winemag.it

Seguiteci sui canali [Facebook](#) e [Instagram](#)



Maria Cristina Pugnetti, nata a Udine nel 1964, laureata in Economia Aziendale all'Università Cà Foscari di Venezia, ha un Master nel digital marketing conseguito presso Il Sole24 Ore di Milano. Autrice di numerosi articoli: per Tiere Furlane – rivista di cultura del territorio del Friuli Venezia Giulia – , Voce Isontina, Il Popolo, Vita Nuova, La Vita Cattolica, Il Quotidiano Fvg, Il Gazzettino sez. Udine, e per la Società Filologica Friulana. Correttore di bozze di diversi libri e volumi, convinta che sia un mestiere difficile ma bellissimo. Organizzatrice di eventi culturali. Ha un blog personale: Vinidellanima.it dedicato alla diffusione della cultura di vino e cibo, scrive anche nel blog dell'Azienda Tenimenti Civa, di cui è Responsabile Marketing e Comunicazione.

Ti potrebbe interessare:



1. [Come Aprire una Bottiglia di Vino Fermo e Spumante: I Passaggi Corretti](#)



2. Come Versare il Vino: Tutte le Regole da Osservare



3. IL PROGETTO RIBOLLA GIALLA DEI TENIMENTI CIVA E IL SUO MERCATO



4. [La Ribolla Gialla Spumante in Friuli e l'Abbinamento con il Cibo](#)