



67,8 mln l
vendite a volume
(aceto -3,6%)

7,2 mln l
vendite a volume
(balsamico -4%)

13,4 mln l
vendite a volume
(aceto alcol +6,5%)

Aceti

il mercato rimane florido sulla spinta della naturalità

Il comparto continua a diversificarsi secondo due driver completamente diversi: l'utilizzo trasversale dell'aceto in casa, non solo come condimento, e l'utilizzo in chiave benessere degli aceti biologici

Alessandra Bonaccorsi

La fotografia generale tracciata dalla release dell'**Osservatorio Federvini a cura di Nomisma e TradeLab** esamina la panoramica del settore dei vini in generale e racconta contestualmente anche l'andamento del segmento dell'aceto. "I dati del 2023 del nostro Osservatorio evidenziano nel complesso la capacità di resilienza del settore dei vini, degli spiriti e degli aceti italiani che si conferma un pilastro fondamentale dell'agroalimenta-

re nazionale" afferma **Micaela Pallini, presidente Federvini**. Nei primi nove mesi del 2023, il vino registra un +3,3% sul 2022 per un ammontare superiore ai 2 miliardi di euro. Invece, per gli aceti si registra un incremento del +2,7% sul 2022 per un valore totale di 105 milioni di euro nei primi tre trimestri dell'anno. **L'aceto di vino è il più consumato** (46,7% del totale), con l'Aceto Balsamico di Modena Igp al 34,3% e l'aceto di mele al 19%. Quanto al trend di vendi-

ta in gdo, l'aceto di mele si mette in luce (+5,9% a valori) ed è l'unica categoria che tiene anche a volumi (+0,6%) insieme all'aceto di vino (+1,5%).

Per quanto riguarda l'export degli aceti, nei primi otto mesi dell'anno scorso si riduce in modo particolare negli Stati Uniti, il principale mercato di sbocco (-19% a valore e -28% a volume). A volume si registra, invece, una dinamica positiva in Austria (+92%), Regno Unito (+7,5%) e Germania (+2,7%). L'Aceto

Analisi sulle variazioni % di visibilità promozionale

| | Volantino | | | Mondo web | | |
|--------------------|-----------|-------|--------------|-----------|-------|--------------|
| | 2022 | 2023 | Δ% | 2022 | 2023 | Δ% |
| Balsamico | 56,38 | 56,32 | -0,07 | 41,38 | 39,75 | -1,63 |
| Mele | 24,3 | 22,74 | -1,56 | 16,19 | 16,97 | 0,78 |
| Glassa | 8,08 | 9,12 | 1,05 | 7,79 | 7,75 | -0,04 |
| Classico | 7,15 | 8,16 | 1,01 | 19,69 | 21,51 | 1,82 |
| Altri aceti | 1,37 | 1,18 | -0,19 | 3,94 | 3,3 | -0,64 |
| Speciali | 1,37 | 0,85 | -0,52 | 7,1 | 6,61 | -0,49 |
| Di alcool | 0,61 | 0,64 | 0,03 | 3,29 | 3,01 | -0,28 |

Fonte: In-store Point

Analisi sui prezzi medi promozionali 2022-2023 €

| | Volantino | | | Mondo web | | |
|--------------------|-----------|-------|--------------|-----------|-------|--------------|
| | 2022 | 2023 | Δ% | 2022 | 2023 | Δ% |
| Balsamico | 13,58 | 11,72 | -13,6 | 17,70 | 17,94 | 1,40 |
| Mele | 3,85 | 4,10 | 6,50 | 5,22 | 5,15 | 1,3 |
| Glassa | 7,95 | 8,57 | 7,70 | 12,88 | 12,56 | -2,5 |
| Classico | 1,10 | 1,15 | 4,40 | 1,85 | 1,79 | -3,2 |
| Altri aceti | 6,26 | 7,14 | 14,10 | 11,16 | 12,77 | 14,40 |
| Speciali | 3,24 | 3,21 | -0,8 | 3,14 | 3,43 | 9,20 |
| Di alcool | 0,64 | 0,83 | 30,40 | 0,79 | 0,90 | 13,90 |

Fonte: In-store Point

Balsamico di Modena Igp rimane oggi saldamente **tra i principali prodotti di eccellenza del Made in Italy**, con un export record che supera il 90% del totale della produzione. È un prodotto le cui caratteristiche riflettono ancora oggi quelle tramandate di generazione in generazione, con una storia plurisecolare.

Caratteristiche tutelate dal disciplinare di produzione, vincolante, ma che non impediscono tuttavia di sviluppa-

re **progetti innovativi importanti** per il settore, in ottica di allargamento del parco consumatori. Il Consorzio ha recentemente presentato il nuovo Consortium Profile, in risposta a una precisa esigenza del pubblico: **comprendere le caratteristiche organolettiche del prodotto che ci si trova davanti** al momento dell'acquisto e scegliere in maniera consapevole e in base ai propri gusti e alle proprie intenzioni di utilizzo.

BALSAMICO

È il segmento del Balsamico a farla da padrone, **con oltre il 50% di quota volantino e attorno al 40% di quota display eCommerce**. Notiamo però come tali quote siano diminuite nel passaggio tra 2022 e 2023. Nel caso del volantino, inoltre, tale diminuzione è stata seguita da un notevole calo del prezzo medio al litro.

CHI SALE, CHI SCENDE

Sui volantini tutti i segmenti concedono terreno in favore di Glassa e Classico (segmento alla riscossa). Non così sul web che dà più display al segmento Classico e Mele (che risulta per contro quello più penalizzato nelle promo a volantino). In tema prezzi promozionali, **a volantino praticamente tutti gli altri segmenti aumentano** (fino al 30% il segmento di alcool).

ESPANSIONE

Le vendite in chiave export crescono principalmente grazie all'**apertura di nuovi mercati emergenti**. Tuttavia l'instabilità geopolitica e il continuo aumento dei prezzi sono un freno alla crescita delle aziende. A fronte di volumi soddisfacenti, si registrano criticità in termini di marginalità contratta, a causa dei costi alle stelle di materie prime e degli imballaggi