



BEVERAGE

ACQUA

TREND % (yoy)

MESE DI MARZO
(dal 26/02/2018 al 01/04/2018)PROGRESSIVO MARZO
(dal 01/01/2018 al 01/04/2018)ANNO TERMINANTE
(dal 03/04/2017 al 01/04/2018)

Fonte: The Nielsen Company (Italy)

	Valore	Confezione
MESE DI MARZO (dal 26/02/2018 al 01/04/2018)	-1,3%	-0,9%
PROGRESSIVO MARZO (dal 01/01/2018 al 01/04/2018)	+1,6%	+2,6%
ANNO TERMINANTE (dal 03/04/2017 al 01/04/2018)	+7,0%	+8,4%



CANTINE SETTESOLI, LA DOC SI FA NOTARE A SCAFFALE

La cooperativa di Menfi ha applicato un collarino di qualità sulle bottiglie di vino ottenute dai due vitigni di punta, il Grillo e il Nero d'Avola, per indicarne l'eccellenza e ribadire agli occhi del consumatore il valore dettato dalla denominazione

Matteo Cioffi

La Doc è un patrimonio importante, tuteliamola e valorizziamola. Potrebbe essere questo lo slogan adottato da **Cantine Settesoli** che proprio sulla denominazione in questione sta convergendo buona parte dei suoi investimenti strategici.

"In parallelo con la campagna di comunicazione promossa dal Consorzio Doc Sicilia e della modifica del disciplinare in base al quale, già a partire dalla scorsa vendemmia 2017, è permesso rivendicare come Doc soltanto i due vitigni siciliani per eccellenza, vale a dire il Grillo e il Nero D'Avola, **abbiamo deciso di apporre un collarino alle bottiglie Doc della gamma Settesoli**. Si tratta di un utile strumento per comunicare il valore del prodotto e stimolare il consumatore a scegliere un vino di qualità", spiega **Salvatore Li Petri, Direttore Generale della cooperativa siciliana**.

Il focus da parte di Cantine Settesoli nei confronti del segmento Doc è galvanizzato anche dal buon andamento che questi vini registrano nel canale moderno, dove riportano un incremento del 5-10% da alcune stagioni.

"Il riconoscimento della qualità dei vini siciliani da parte dei consumatori è in forte crescita e con il brand Settesoli ne traiamo beneficio - osserva sempre Li Petri -. **Nel canale moderno con il Grillo e l'Inzolia vantiamo il primato di vendite in tutte le tipologie di prezzo**, mentre il Nero D'Avola e il Syrah ci garantiscono il ruolo di leader nella fascia di prezzo dai 3 ai 4 euro".

Andamenti positivi anche sul fronte del bio: **la cooperativa da luglio del 2017 ha introdotto a scaffale due referenze naturali della linea Bio Vegan, anche in questo caso di Grillo e Nero D'Avola**.

"Sono due vini che raccontano la naturale predisposizione del nostro territorio e dei nostri vigneti

224 FOOD Maggio 2018

alla viticoltura bio", aggiunge a riguardo il Direttore Generale Li Petri.

Il concetto valorizzazione del territorio è molto sentito e Cantine Settesoli ha appena portato a termine il suo progetto legato alla **raccolta fondi a favore del parco archeologico di Selinunte e Cave di Cusa**.

"Con oltre 2 milioni di bottiglie vendute (per ognuna, 10 centesimi confluiscono nel fondo per il parco, ndr) e altre donazioni volontarie, **abbiamo finanziato l'illuminazione della parte est della cinta muraria che circonda l'acropoli di Selinunte**, mentre sono in atto i lavori per quella del Tempio C, nonché si sta realizzando un nuovo percorso che ne migliori la fruibilità", rende noto Li Petri.

MERCATI

BIRRA IN GDO: UN 2017 SPUMEGGIANTE

La birra spopola a scaffale. Secondo dati Iri Infoscan Census, nel 2017 **la categoria ha realizzato un fatturato pari a 1,3 miliardi di euro, ossia il 9,6% in più rispetto all'anno prima**. A volume, invece, la crescita è stata a doppia cifra (+10,6%), per un totale di 6,9 milioni di ettolitri venduti in super, iper e canale del libero servizio piccolo. Gli analisti ritengono che una performance di tale valore sia da imputare, in primis, alla scorsa stagione estiva, che con le sue temperature molto elevate, ha scaldato i consumi. Segmentando lo studio in base alla tipologia, **le birre standard rimangono le più acquistate e hanno generato 556 milioni di euro (+10%)**, mentre quelle di fascia premium continuano a riscuotere consensi e, nel 2017, hanno registrato un giro di affari di 331 milioni di euro (+8,1%).

