

I NUMERI DEI VINI DOLCI IN ITALIA: 2010



Specifiche	n. e %
Litri di vino prodotti annualmente	
Litri di marsala prodotto annualmente	
Giro d'affari super + iper (in euro)	
Giro d'affari per i marsala (in euro)	
Media referenze a scaffale	
Trend in crescita a volume per i vini liquorosi	
Trend in crescita a valore per i vini liquorosi	
Trend in crescita a valore per i marsala	
Calo del mercato dei vini dolci liquorosi nella sua totalità nel 2009 sul 2008	
Calo a volume nel canale horeca	
Calo nel settore dell'asporto e della moderna distribuzione	
Quota del vinsanto venduto nel largo consumo	
Quota del moscato venduto nel largo consumo	
Quota del passito venduto nel largo consumo	
Quota dello zibibbo venduto nel largo consumo	
Quota della malvasia venduta nel largo consumo	
Quota degli altri vini dolci venduti nel largo consumo	
Peso vini liquorosi e dolci venduti nel canale supermercati	
Aumento vendite nel 2009 sul 2008 nel canale supermercati	
Peso vini liquorosi e dolci venduti nel canale ipermercati	
Aumento vendite nel 2009 sul 2008 nel canale ipermercati	
Peso vini liquorosi e dolci venduti nel canale superette libero servizio	
Calo delle vendite nel 2009 sul 2008 nel canale superette libero servizio	
Consumo nel Nord-Ovest	
Tenuta consumi Nord-Ovest nel 2009 sul 2008	
Consumo al centro e Sardegna	
Calo consumi centro e Sardegna nel 2009 sul 2008	
Consumo nel Nord-Est	
Calo consumi Nord-Est nel 2009 sul 2008	
Consumi nel Sud e Sicilia	
Aumento consumi Sud e Sicilia nel 2009 sul 2008	

Fonte: Iri

Largo Consumo