

Grappa, cresce il consumo nel fuori casa. Bene anche l'export

20231122132627grappa-a6a1a84c

Il 30% della popolazione italiana, tra i 18 e i 65 anni, consuma **grappa**. Di questi, il 46% preferisce berla fuori casa o al ristorante (30%), così come al bar o al pub (16%). Il dato lo rileva **Nomisma** per **Assodistil**: l'indagine mostra come gli italiani preferiscano bere il distillato in compagnia (88%) e in particolare con gli amici (49%). Il 35%, inoltre, sarebbe interessato a **sperimentare cocktail** a base di grappa.

*“Lo spostamento del consumo di grappa dal domestico al fuori casa si sta affermando con decisione – ha dichiarato **Nuccio Caffo**, AD del Gruppo Caffo e Presidente del **Consorzio Nazionale di Tutela della Grappa** – A generare tale tendenza è principalmente l'interesse crescente verso l'offerta premium, perché la qualità è diventata imprescindibile e tale trend emerge in modo evidente nei bar e ristoranti. Non si beve più grappa tanto per bere, ma l'avventore chiede il prodotto migliore presente in bottigliera. C'è sete di esperienza, che si traduce anche nella predilezione di referenze invecchiate”.*

CRESCE L'EXPORT: TRAINA LA GERMANIA

Ottimi risultati arrivano anche guardando oltre confine, dove la grappa è sempre più apprezzata. In **Germania l'export del distillato vale il 54% del market share totale**. Performance interessanti provengono anche dagli **Usa** con una crescita in valore (2022/2019) pari al + 39% e dal **Giappone** che realizza un +40% nello stesso periodo temporale.

*“Le distillerie italiane sono sempre più vocate ai mercati internazionali: dal 2019 al 2022 le esportazioni di grappa sono cresciute del +32% raggiungendo i 60 milioni di euro – ha ricordato **Emanuele Di Faustino**, Head of Industry & Retail di Nomisma – Nonostante il calo dell'export registrato nei primi sette mesi del 2023, al -23% e da ricondurre alla morsa dell'inflazione e al rallentamento economico che ha colpito gran parte dei mercati di export, le opportunità per un'ulteriore crescita delle vendite di grappa oltre confine non mancano. In tale scenario saranno fondamentali le attività di promozione per far conoscere la grappa in giro per il mondo, fra tutte le*

degustazioni presso il canale horeca”.