

Acquisti di vino in GDO: tendenze 2015

Stili e tendenze nei consumi di vino

A cura di Fabio Del Bravo - Ismea
Roma , 10 dicembre 2015

KEY POINT

- ✓ **GLI OPERATORI DEL SETTORE VITIVINICOLO CONTINUANO A VIVERE L' ONDA LUNGA DI UN *SENTIMENT* DECISAMENTE MIGLIORE DELLA MEDIA AGROALIMENTARE**
- ✓ **IL SETTORE DEL VINO E' UN' AVANGUARDIA DELL' AGROALIMENTARE E COME TALE SI TROVA A DOVER AFFRONTARE E RISOLVERE DA APRIPISTA IMPORTANTI QUESTIONI E APPARENTI CONTRADDIZIONI:**
 - ❑ ATTENZIONE MEDIATICA SEMPRE PIU' ALTA MA CONSUMI IN COSTANTE CALO
 - ❑ CRESCITA DEL CONSUMO SPORADICO
 - ❑ NECESSITA' DI UNA GESTIONE CORRETTA DELLA SOVRASTRUTTURA DI SIGNIFICATI ETICI, ESTETICI, SENSORIALI, SOCIALI E TERRITORIALI CHE OLTRE UN CERTO LIMITE POTREBBERO DIVENTARE FATTORE LIMITANTE ALLO SVILUPPO DEL MERCATO
- ✓ **VENDITE DI VINO PRESSO DISTRIBUZIONE MODERNA E *NORMAL TRADE* IN LIEVE CRESCITA NEI PRIMI 10 MESI 2015:**
 - ❑ BENE GLI SPUMANTI
 - ❑ MALE I VINI COMUNI
 - ❑ PER I VINI DOC-DOCG AUMENTANO LE VENDITE A VALORE GRAZIE AL PREZZO MEDIO IN CRESCITA
- ✓ **NEL VINO LE QUOTE "ROSA" CONTINUANO A CRESCERE SEPPURE NELLE SUE DIMENSIONI ASSOLUTE DI NICCHIA (5% CIRCA DEL MERCATO)**
- ✓ **IL CANALE DISCOUNT CRESCE LA SUA RILEVANZA, TENGONO SUPER E IPER, CROLLANO I LIBERI SERVIZI E IL *NORMAL TRADE***
- ✓ **A OGNI AREA GEOGRAFICA IL SUO VINO: DOC-DOCG AL NORD OVEST, SPUMANTI AL NORD EST E VINI COMUNI AL CENTRO**
- ✓ **LA QUALITÀ PREMIA ANCHE NEI LISTINI ALLA PRODUZIONE (+8%) E NEGLI SCAMBI CON L' ESTERO (+5% A VOLUME E +8% A VALORE)**

LA FOTOGRAFIA DEL CONSUMO IN ITALIA



33,4 LITRI
CONSUMO
PROCAPITE



27,7 MLN
ITALIANI CHE
BEVONO VINO



20 MLN DI HL
CONSUMO

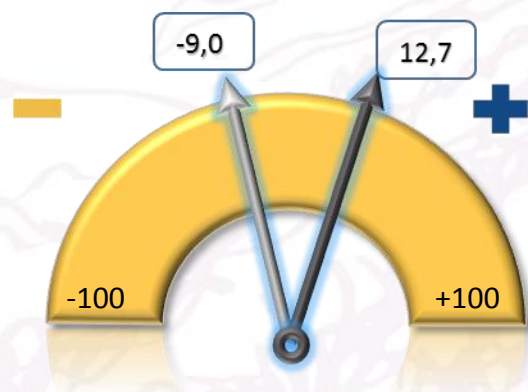


50% QUOTA
VINO DOP CONSUMATO
CONTRO IL 30%
DI 10 ANNI FA

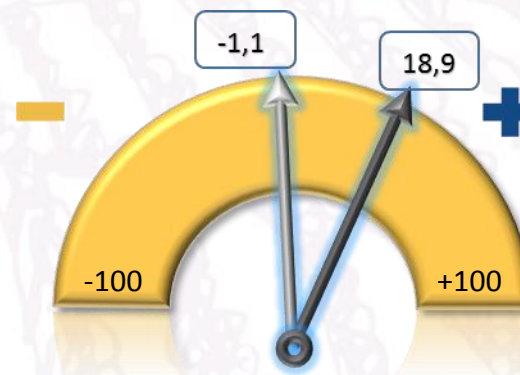
Fonte: Ismea su dati Istat, Bilanci di approvvigionamento e altre fonti

I PANEL ISMEA PER ANTICIPARE LE TENDENZE

Indice del clima di fiducia Ismea dell'industria del vino



Indice del clima di fiducia Ismea delle aziende con vite da vino

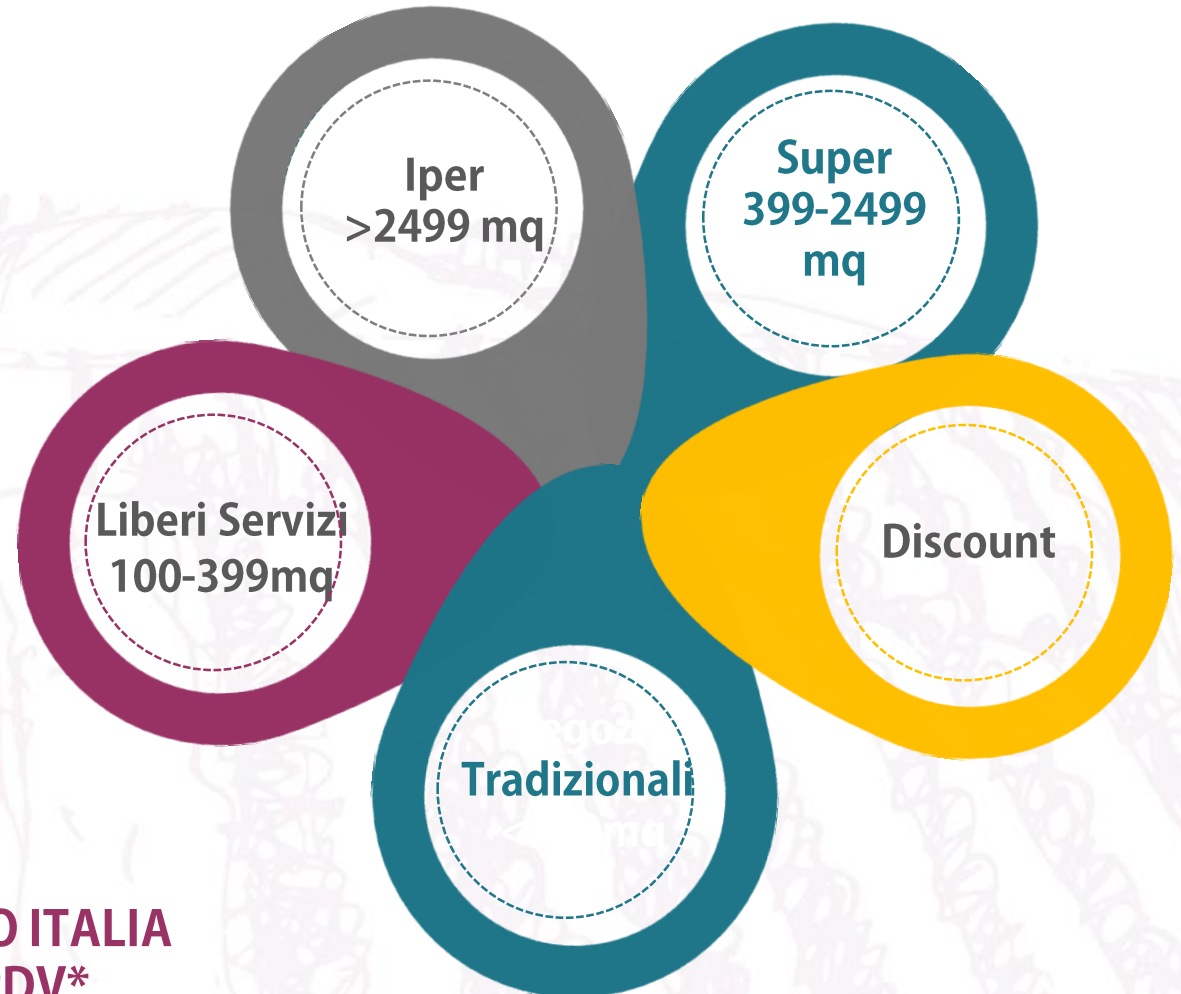


Legenda: freccia scura III trimestre 2015; freccia chiara III trimestre 2014 (max: 100, min: -100)

UNO SGUARDO COSTANTE ALLA DM BANCA DATI «SCAN TRACK»

Monitoraggio continuo delle vendite presso i PDV della DM e nel Normal Trade (scan-track)

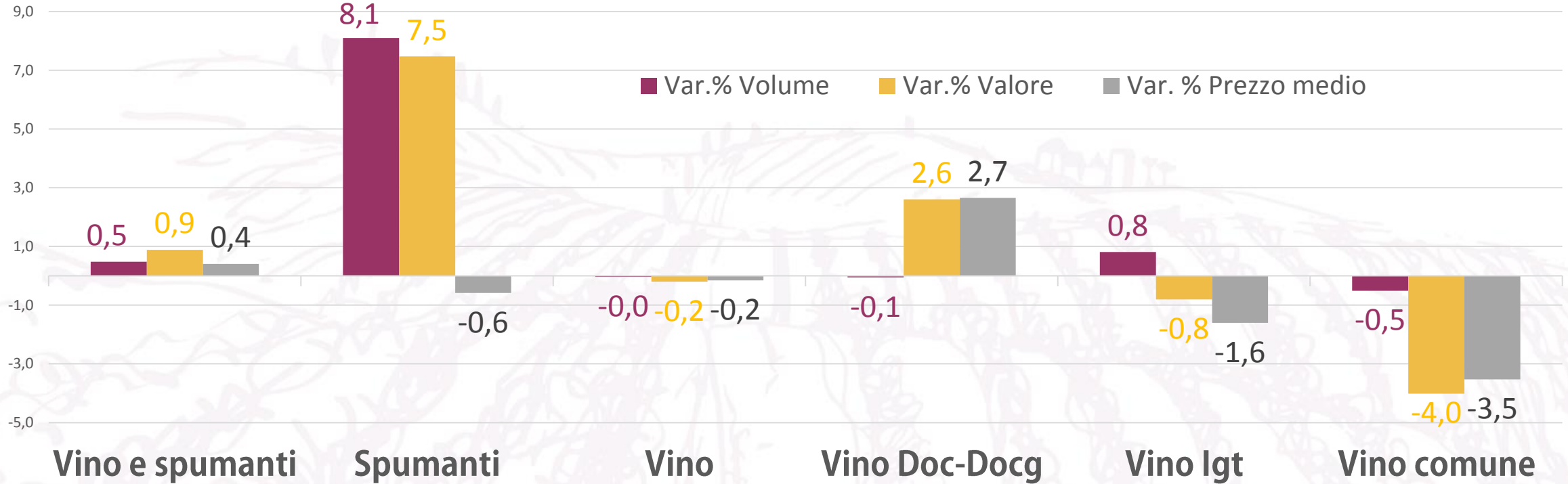
- ✓ **MONITORAGGIO MERCATI, SEGMENTI E TREND**
- ✓ **POSIZIONAMENTO DI PREZZO**
- ✓ **VENDITE IN PROMOZIONE**
- ✓ **ANALISI DELLE VARIABILI DI MARKETING MIX** (assortimento, rotazione sul punto di vendita per referenza a scaffale, efficacia promozionale, politiche di prezzo, spazio)



TOTALE UNIVERSO ITALIA
Oltre 94.000 PDV*

CON IL SEGNO PIU' GLI ACQUISTI DI VINO NEI PRIMI DIECI MESI DEL 2015

Gennaio-Ottobre 2015 vs Gennaio-Ottobre 2014

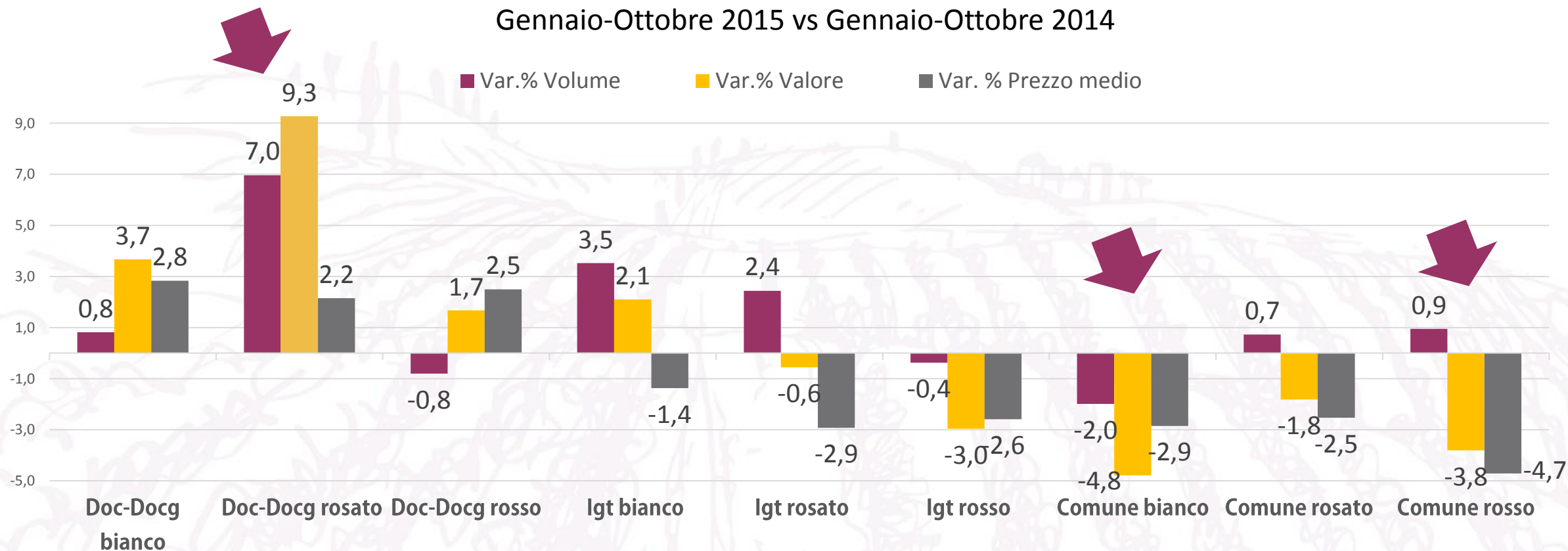


Fonte: ISMEA su dati Ismea-Nielsen Scan-Track

TRA BIANCO E ROSSO VINCE IL ROSATO

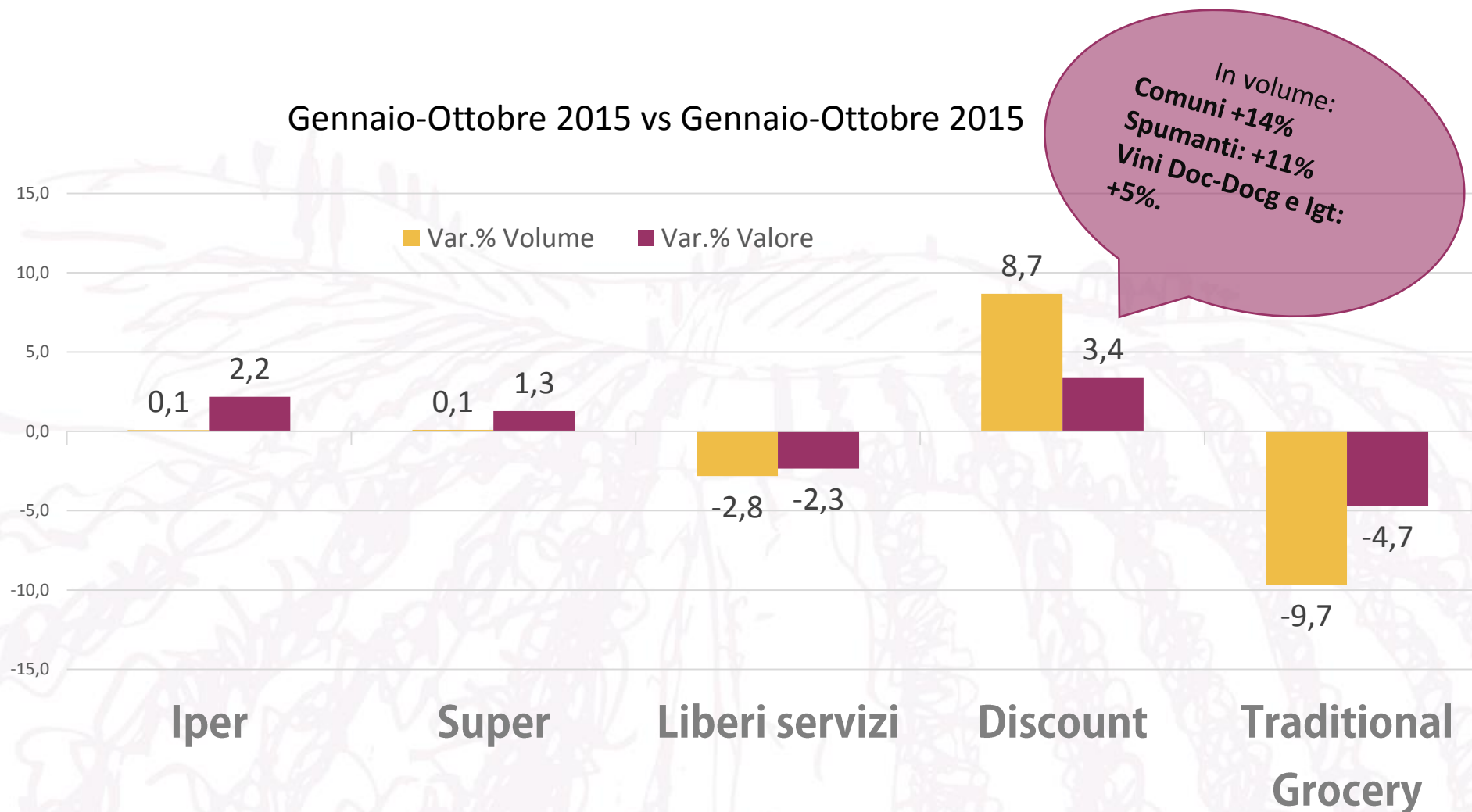
Gennaio-Ottobre 2015 vs Gennaio-Ottobre 2014

■ Var.% Volume ■ Var.% Valore ■ Var. % Prezzo medio



Fonte: ISMEA su dati Ismea-Nielsen Scan-Track

DOVE COMPRANO LE FAMIGLIE



Fonte: ISMEA su dati Ismea-Nielsen Scan-Track

CHI COMPRA COSA... *PANEL CONSUMER*

Informazioni acquisite sistematicamente presso un campione di 9.000 famiglie che consentono di delineare profili e tendenze dei consumatori



FAMIGLIE ACQUIRENTI (segmentazione per età del responsabile, fascia di reddito, componenti nucleo)



DOVE SI ACQUISTA (fonte, canale, insegna)



COSA SI ACQUISTA (dettaglio ean+no ean)



PREZZO E PROMOZIONI



QUANTO SI ACQUISTA



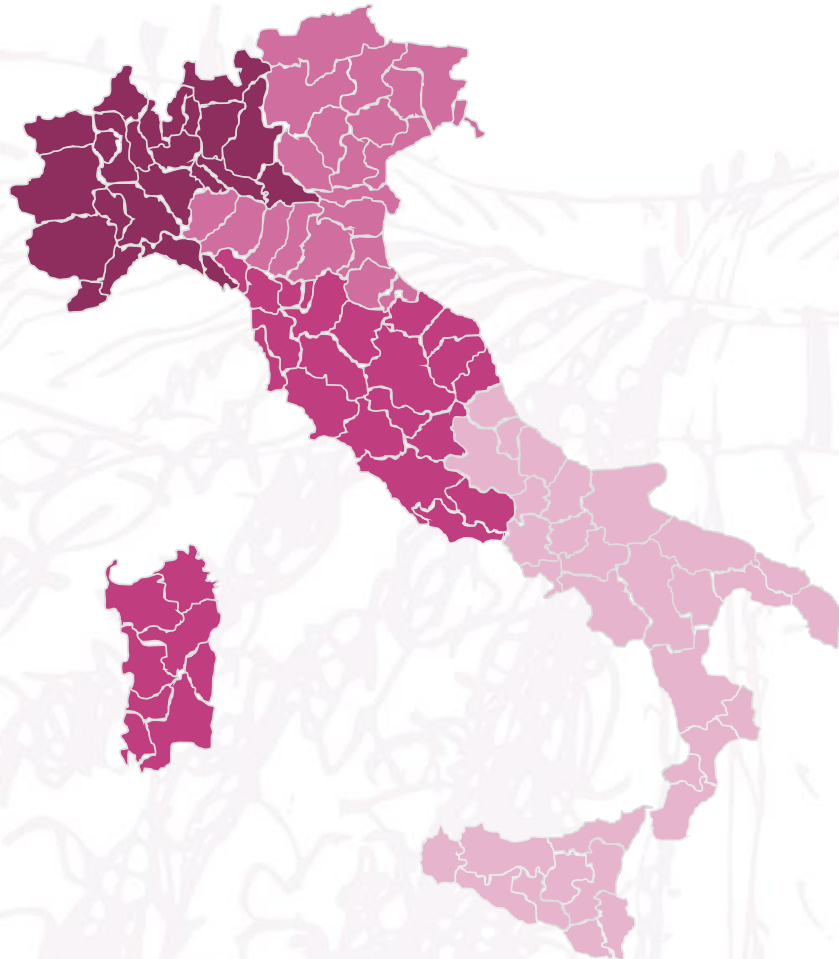
QUANDO SI ACQUISTA



CON QUALE PERIODICITÀ SI ACQUISTA

IL PROFILO DELLA FAMIGLIA CONSUMATRICE DI VINI DOC-DOCG

Sono le variabili monitorate attraverso il *panel consumer* che ci permettono di stilare l'identikit delle famiglie con la più alta propensione all'acquisto di vini Doc-Docg.

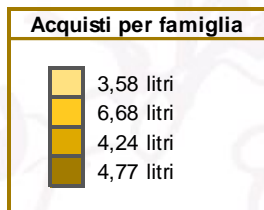
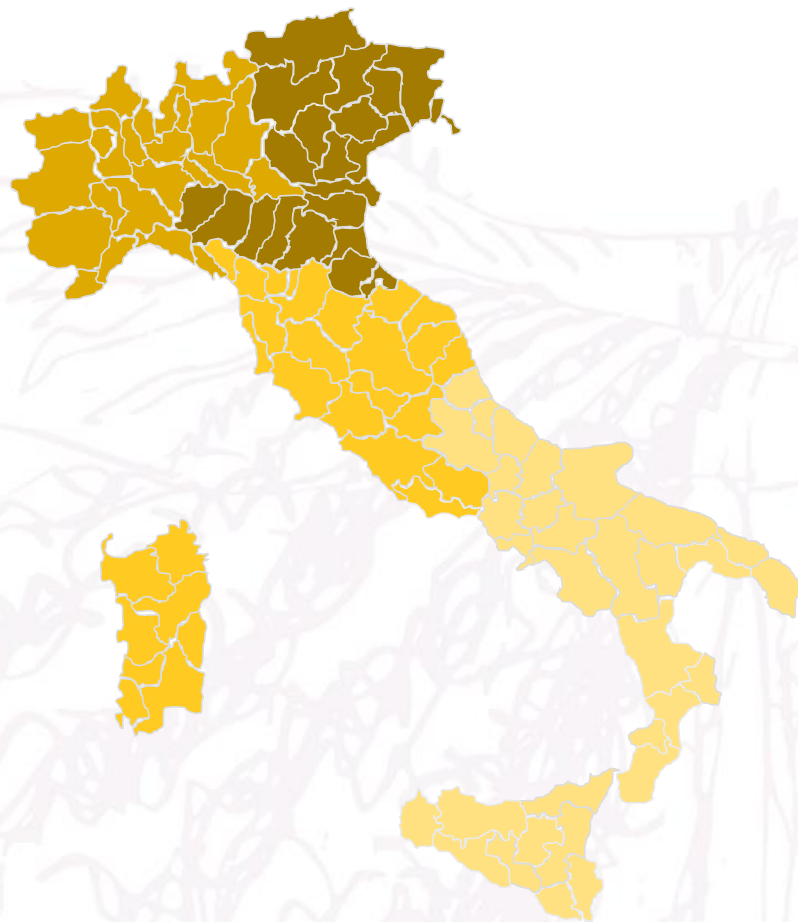


Acquisti per famiglia

13,4 litri
15,3 litri
15,6 litri
20,9 litri

- ✓ Nord Ovest
- ✓ Famiglia di due componenti
- ✓ Responsabile degli acquisti oltre i 55 anni
- ✓ Reddito medio alto

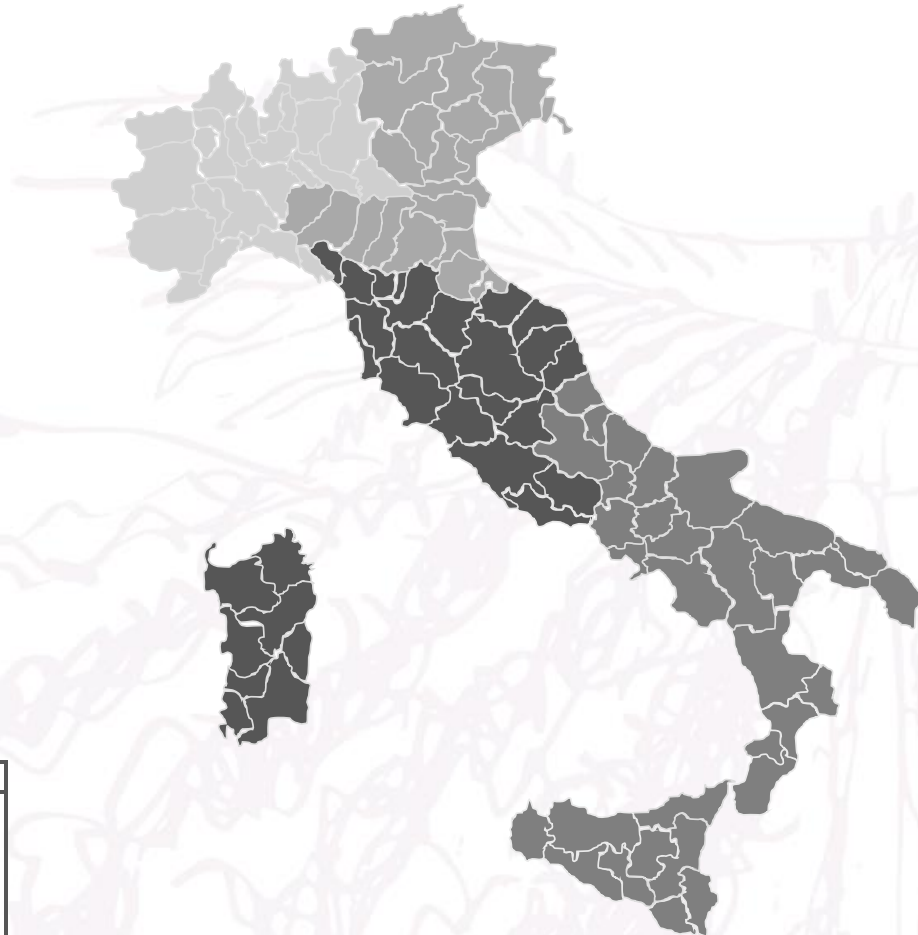
IL PROFILO DELLA FAMIGLIA CONSUMATRICE DI VINI SPUMANTI



- ✓ Nord Est
- ✓ Famiglia di due componenti
- ✓ Responsabile degli acquisti >45 anni
- ✓ Reddito alto

IL PROFILO DELLA FAMIGLIA CONSUMATRICE DI VINI COMUNI

VINI COMUNI



- ✓ Centro
- ✓ Famiglia di due componenti
- ✓ Responsabile degli acquisti >65 anni
- ✓ Reddito sotto la media

Acquisti per famiglia

Lightest gray	23,19 litri
Light gray	24,31 litri
Dark gray	24,32 litri
Darkest gray	25,15 litri

PREZZI

In media, nei primi dieci mesi del 2015, secondo l'indice Ismea dei prezzi alla produzione:

EXPORT

Performance dell'export nei primi otto mesi del 2015, secondo elaborazioni Ismea su dati Istat:

