



Con o senza bollicine?

Il mercato del vino nella Distribuzione Moderna.

Maggio 2016



**IRi**  
Growth delivered.

# Con o senza bollicine?

## Il mercato del vino nella Distribuzione Moderna.

### Come è andato il mercato del vino durante il 2015?

Con fatica, ma possiamo registrare una chiusura 2015 con segno positivo sia a valore che a volume; Dopo un lustro di assenza, la crescita contemporanea di volumi e valori, ci lascia ben sperare per gli anni futuri. Il Vino Confezionato mostra un +1,4% a valore e un più +0,4% a volume. Lo stimolo arriva in particolare dal vino in bottiglia da 75cl che cresce del 4,0% a valore e del 2,8% a volume .

Bene anche i vini a denominazione in bottiglia da 75cl che crescono del 3,8% a valore e dell'1,9% a volume, con prezzi medi in crescita dell'1,9% (tabella in basso).

Nota positiva arriva dalla pressione promozionale, su livelli



alti ma inalterati rispetto all'anno precedente; quindi la crescita riscontrata non è stata

sostenuta dalla crescita promozionale né da prezzi in calo.

### Dimensioni e trend dei formati

Anno 2015	Vendite in Volume (litri)	Var. % Vol.	Vendite in Valore (euro)	Var. % Val.	Prezzo Medio litro	Var. % Prezzo M. It	% Vol. Promo	Var. Promo
<b>Tot Vino Confezionato</b>	<b>511.252.672</b>	<b>0,4</b>	<b>1.540.268.160</b>	<b>1,4</b>	<b>3,01</b>	<b>1,0</b>	<b>40</b>	<b>0</b>
Vino Fino A 0.75lt	249.988.000	2,8	1.120.441.600	4,0	4,48	1,2	52	0
Brik	152.159.984	-1,6	214.523.200	-5,7	1,41	-4,2	27	-1
Vino Da 0.76lt A 2lt	54.884.888	-7,4	127.310.728	-6,6	2,32	0,8	32	-0
Vino Altri Formati	25.669.066	6,2	37.911.596	1,2	1,48	-4,8	39	0
Bag In Box	10.920.950	10,8	17.513.912	6,5	1,60	-3,9	36	2

Fonte: IRI Infoscan Census®: totale Italia Ipermercati+Supermercati+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 3 gennaio 2016

# Con o senza bollicine?

## Il mercato del vino nella Distribuzione Moderna.

### Qualche approfondimento

Il buon andamento 2015 non deve trarre in inganno e soprattutto non deve essere motivo di compromesso in tema di valore.

Siamo fermamente convinti che la continua ricerca del valore sia fondamentale in una categoria che registra consumi pro capite in calo (in Italia) e che quindi necessita di ottenere maggior

valore dal minor quantitativo di vino consumato (l'incremento del valore, economico, si ottiene se si offre un maggior valore in termini di qualità/innovazione/... ).

A questo proposito segnaliamo che nel 2015 i Vini Bianchi hanno registrato performance migliori dei Vini Rossi ed i Frizzanti meglio dei Fermi. Tali vini rispondono a nuove esigenze di consumo ed

inoltre nel 2015 hanno ricevuto ulteriore linfa da una stagione particolarmente calda; il trimestre giugno/luglio/agosto ha visto crescere Bianchi e Rosati Frizzanti rispettivamente del 5,7% e dell'8,0% a volume. Questo deve far riflettere quando si ragiona in termini prospettici di cambiamenti climatici e in termini di impatti potenziali su produzione e consumi.

### Dimensioni e trend del mercato

Anno 2015	Vendite in Volume (litri)	Var. % Vol.	Vendite in Valore (euro)	Var. % Val.	Prezzo Medio litro	Var. % Prezzo M. It	% Vol. Promo	Var. Promo
Tot Vino Confezionato	511.252.672	0,4	1.540.268.160	1,4	3,01	1,0	40	0
Tot. DOCG_DOC_IGT	289.027.280	0,5	1.178.381.504	2,7	4,08	2,2	49	0
Tot. DOCG_DOC_IGT 75cl	218.964.616	1,9	1.035.702.624	3,8	4,73	1,9	53	0

Fonte: IRI Infoscansensus®: totale Italia Ipermercati+Supermercati+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 3 gennaio 2016

### Vini Fermi e Vini frizzanti: i trend

Anno 2015	Vendite in Volume (litri)	Var. % Vol.	Vendite in Valore (euro)	Var. % Val.	Prezzo Medio litro	Var. % Prezzo M. It	% Vol. Promo	Var. Promo
Tot Rosato Frizzante	6.120.392	7,5	20.455.492	5,5	3,34	-1,8	52,2	1,6
Tot Bianco Frizzante	31.585.842	4,4	117.531.744	3,6	3,72	-0,8	49,5	0,5
Tot Bianco Fermo	185.226.656	1,5	519.361.504	2,3	2,80	0,9	35,4	0,1
Tot Rosso Fermo	233.145.216	-0,5	734.307.072	0,9	3,15	1,3	42,9	-0,1
Tot Rosso Frizzante	30.749.106	-2,1	92.109.712	-0,7	3,00	1,5	43,7	-0,2
Tot Rosato Fermo	24.424.858	-3,3	56.497.936	-2,5	2,31	0,8	33,0	-0,3

Fonte: IRI Infoscansensus®: totale Italia Ipermercati+Supermercati+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 3 gennaio 2016

# Con o senza bollicine?

## Il mercato del vino nella Distribuzione Moderna.

### E le bollicine?

Parlando di Bollicine non si può trascurare la crescita dello Spumante che aumenta del 7,5% a valore e del 7,8% a volume

verso il 2014, anno che già aveva mostrato importanti crescite; il prezzo medio è leggermente ridimensionato

rispetto allo scorso anno, ma non a livelli preoccupanti. All'interno degli Spumanti, quelli secchi crescono del 12% a volume.

### I vini con crescita maggiore (Fino a 0,75lt)

Anno 2015	Vendite in Volume	Vendite in Valore	Var. % Vol.	Var. % Val.	% Vendite in Volume in Promo	Var. Promo	Prezzo per 0,75	Var. Prezzo
Passerina (Marche)	836.933	4.458.032	34	30	52	7	3,99	-3,6
Valpolicella Ripasso (Veneto)	503.419	5.163.156	22,2	22,7	39,3	0,9	7,7	0,3
Pecorino (Abruzzo/Marche)	1.228.339	7.356.131	19,9	19,5	43,4	2,3	4,5	-0,3
Nebbiolo (Piemonte)	756.852	5.967.388	18,0	18,2	44,8	2,8	5,9	0,2
Marzemino (Trentino A.A.)	731.734	4.185.172	14,9	10,9	52,7	1,8	4,3	-3,4
Traminer (Trentino A.A.)	2.157.291	19.992.978	13,2	12,6	42,2	0,3	7,0	-0,5
Negroamaro (Puglia)	2.651.228	10.287.960	13,0	14,1	47,9	0,4	2,9	1,0
Custoza (Veneto)	1.707.500	5.827.766	11,6	9,9	49,0	-3,2	2,6	-1,5
Vernaccia (Toscana)	1.251.404	6.732.965	11,0	9,9	59,2	0,2	4,0	-0,9
Syrah (Internazionale)	2.547.050	10.703.496	9,0	8,9	62,7	1,0	3,2	-0,1
Chardonnay (Internazionale)	8.241.777	34.035.800	9,0	7,6	55,1	2,1	3,1	-1,2
Pignoletto (Emilia Romagna)	2.893.112	11.399.637	8,8	7,4	59,2	-3,5	3,0	-1,3
Primitivo (Puglia)	2.190.498	10.990.781	8,6	12,0	51,5	-1,2	3,8	3,1
Vermentino (Sardegna/Toscana/Liguria)	6.482.755	37.252.348	8,5	10,4	56,6	0,1	4,3	1,8
Pinot Grigio (Internazionale)	1.849.348	11.753.150	7,6	8,2	38,6	6,0	4,8	0,6

**Fonte: IRI Infoscansensus®: totale Italia Ipermercati+Supermercati+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 3 gennaio 2016. Vini in bottiglia da 75cl con fatturato >2 mio € e vendite >500.000lt - quota volume leader inferiore 70%**

# Con o senza bollicine?

## Il mercato del vino nella Distribuzione Moderna.

Tale risultato è un mix di comunicazione (sulla scia della campagna comunicazionale legata al Prosecco), prezzo (tra i secchi l'offerta è ampia per incontrare qualsiasi esigenza di portafoglio), facilità di consumo (molto più semplice che non su altre tipologie).

### La marca del Distributore

Non si può trascurare anche l'andamento della marca del distributore nel formato da 75cl.

Nel 2015 infatti abbiamo registrato la crescita a valore della marca del distributore, +4,7% (quasi un punto in più del vino fino a 0,75lt); quindi la domanda da porsi è se da parte dei distributori è in corso un "riposizionamento" verso l'alto dei loro prodotti, nell'ottica di migliorare il bilancio complessivo della loro Marca all'interno di tale formato.

Segnaliamo anche che un importante gruppo del panorama distributivo italiano ha comunicato in occasione del convegno sulla GDO di Vinitaly l'ingresso nel corso del 2016 con un proprio marchio sulla fasce medio alte della categoria Vino.

### I vini con maggior crescita

Tra gli emergenti per il terzo anno consecutivo troviamo il Vino Pecorino (sul gradino più basso del podio) che cede la leadership della crescita a volume al Vino Passerina, novità dello scorso anno che continua a seminare successi. Due Bianchi con prezzi medi a bottiglia di circa 4 euro. Da questa annuale classifica

emerge come l'interesse verso i regionalismi sia alto e come il livello dei prezzi non spaventi lo shopper; come sempre a nostro modesto modo di vedere comunicazione, distribuzione, prezzo e passione sono le chiavi del successo.

A tal proposito tra i due segnaliamo il Valpolicella Ripasso, vino presente sugli scaffali della distribuzione moderna ad un prezzo prossimo agli 8 euro. A conferma che le crescite si leggono anche su vini importanti in termini di prezzo e di complessità (vedi tabella a pagina precedente).

## Fonti utilizzate per lo studio

- Questo Studio contiene dati provenienti dal servizio IRI InfoScan Census ® sull'andamento del mercato del vino nel canale moderno. I canali considerati sono quello degli Ipermercati, Supermercati e Libero Servizio Piccolo nel Totale Italia.
- Per avere maggiori informazioni sull'andamento dei mercati del Largo Consumo Confezionato contatta il tuo account IRI di riferimento o scrivi a: [Marketing.Italy@iriworldwide.com](mailto:Marketing.Italy@iriworldwide.com)

**IRI.** IRI è leader mondiale nella gestione di big data, soluzioni analitiche predittive e generazione di insight con l'obiettivo di supportare la crescita delle aziende del largo consumo, retail e media. Facendo leva sul più grande patrimonio di informazioni su acquisti, investimenti sul punto vendita, media, shopper loyalty e comportamento dei consumatori, il tutto integrato in piattaforme tecnologiche on demand, IRI guida oltre 5.000 Clienti nel mondo nella ricerca continua di eccellenza, nello sviluppo della quota di mercato, nello stabilire un legame con i propri consumatori, con l'unico obiettivo di far crescere il loro business. Visita il sito [www.iriworldwide.com](http://www.iriworldwide.com) per saperne di più.

Via dei Missaglia 97, 20142 Milano, T +39 02 52579 1

Piazza S. Anastasia, 7, 00186 Roma, T +39 06 5195961

Copyright © 2016 Information Resources, Inc. (IRI). All rights reserved. IRI, the IRI logo and the names of IRI products and services referenced herein are either trademarks or registered trademarks of IRI. All other trademarks are the property of their respective owners.