
Il vino italiano nella Grande Distribuzione tra flessione nelle vendite e recupero di valore

Virgilio Romano
Business Insights Director

Verona, 8 aprile 2019



Agenda

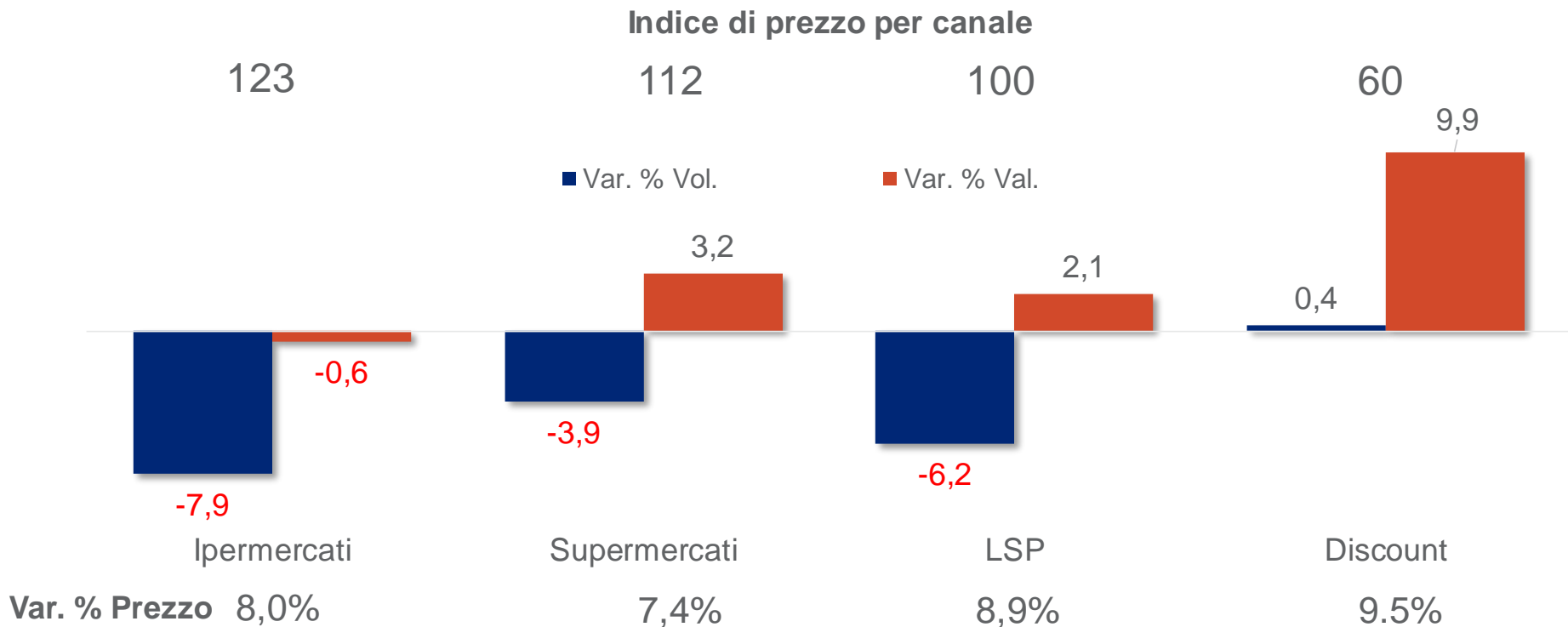
- 1 L'andamento del vino nel 2018**
- 2 Focus prezzi e gli effetti sulle vendite**
- 3 IRI E-Commerce Panel: le prime informazioni del nostro universo on line**
- 4 Il vino nella distribuzione moderna tedesca**

Nel 2018 il mercato è in sofferenza, con volumi in calo per gli aumenti di prezzo e valori in crescita.



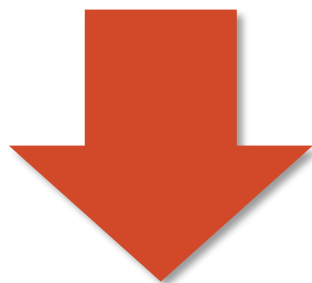
Fonte: IRI Infoscan Census® - AT 30 dicembre 2018 Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Discount* Vini + Spumanti + Champagne

Il canale moderno segna il passo, il Discount grazie alle nuove aperture tiene



Fonte: IRI Infoscan Census® - AT 30 dicembre 2018 Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Discount

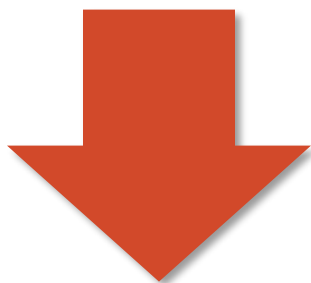
Nel 2018 rallentano anche gli Spumanti, pur sempre in territorio positivo



Tot Vini Fermi
-4,5% a volume
+3,3% a valore

Prezzo in crescita
dell'8%

-4,4%



Tot Vini Frizzanti*
-3,7% a volume
+0,7% a valore

Prezzo in crescita
del 5%

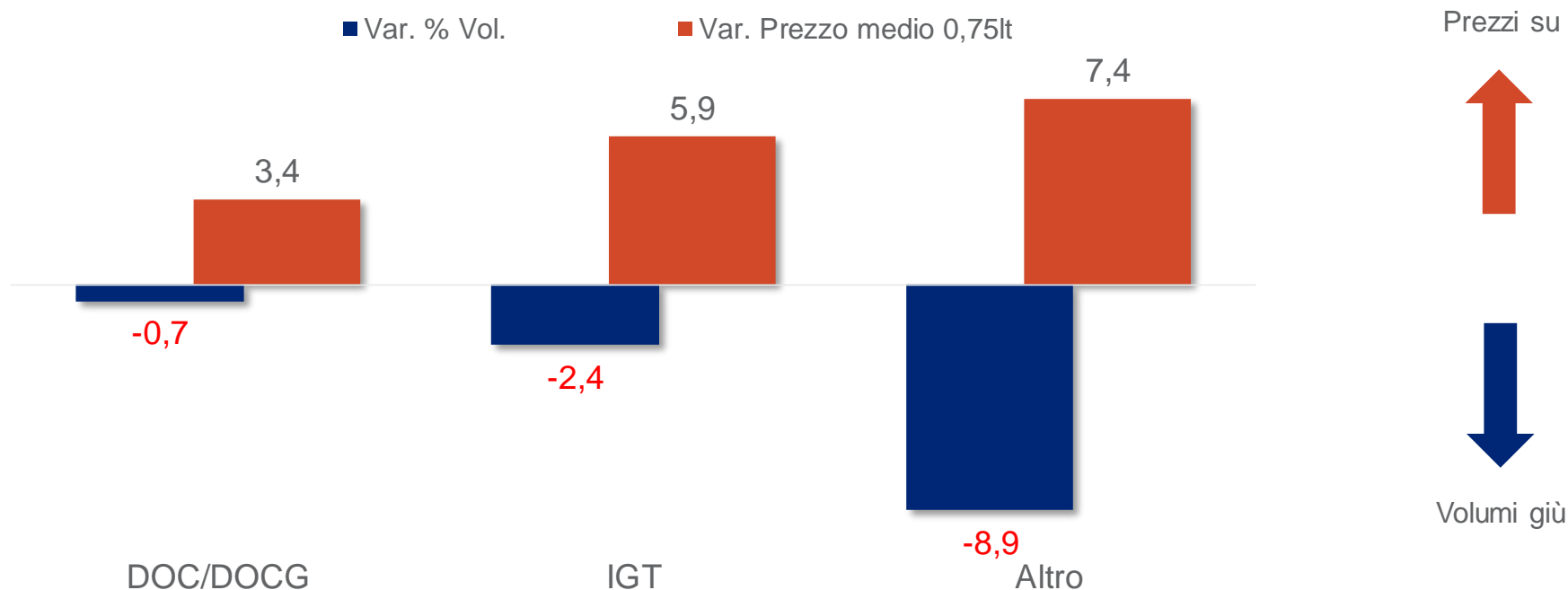
Prezzo in crescita
del 3%

Tot Spumanti **
+2,1% a volume
+5,4% a valore



Fonte: IRI Infoscansensus® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo+Discount – Anno Terminante 30 dicembre 2018 - *Frizzanti bianchi, rossi e rosati - **per gli Spumanti il trend fa riferimento agli ultimi 12 mesi terminanti al 27 gennaio 2019

Nella bottiglia da 0,75lt, che vale i $\frac{3}{4}$ dei fatturati, i prezzi medi aumentano, i volumi scendono con dimensioni e impatti diversi tra vini a denominazione e vini da tavola



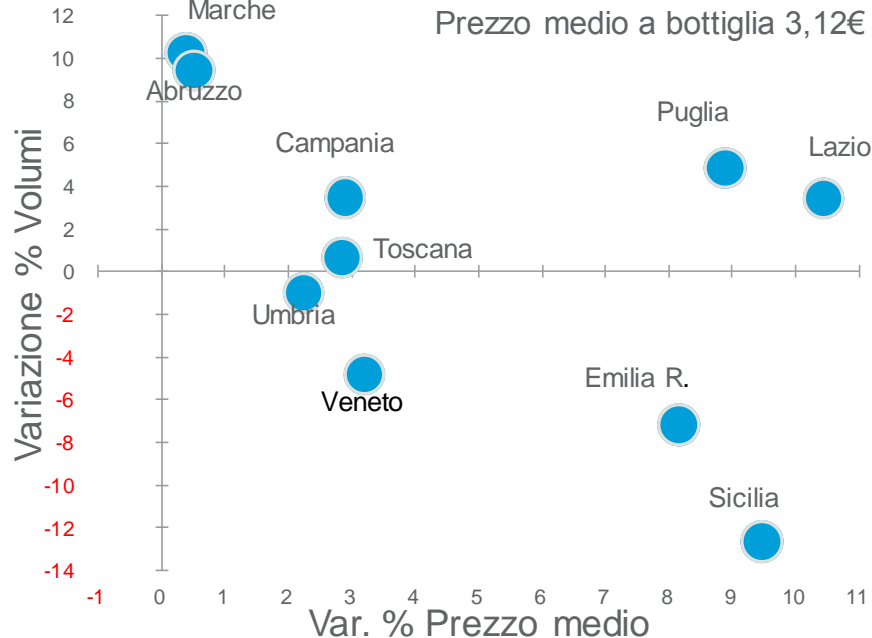
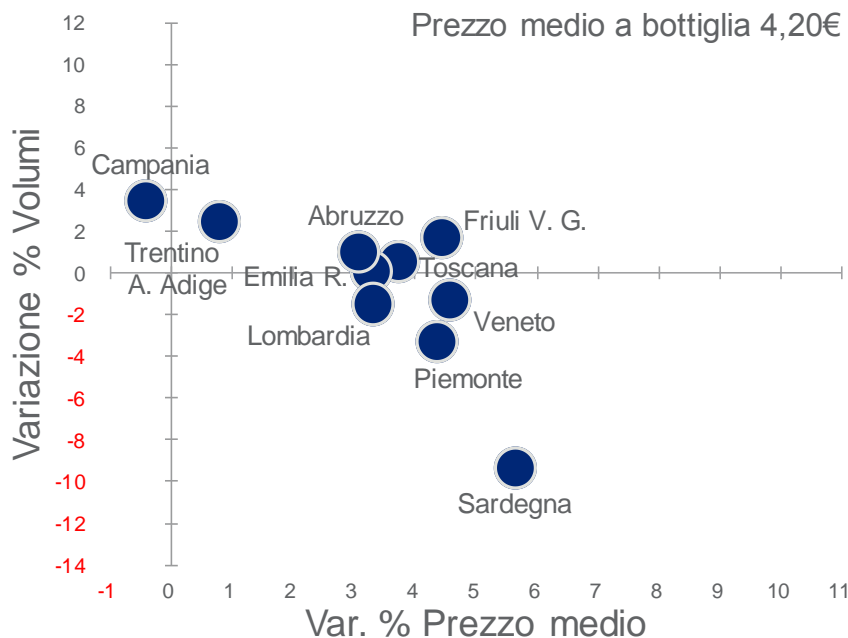
Fonte: IRI Infoscan Census® - AT 30 dicembre 2018 Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Discount

All'interno delle denominazioni i vini delle regioni che sono riusciti a contenere i prezzi, in generale hanno performato meglio



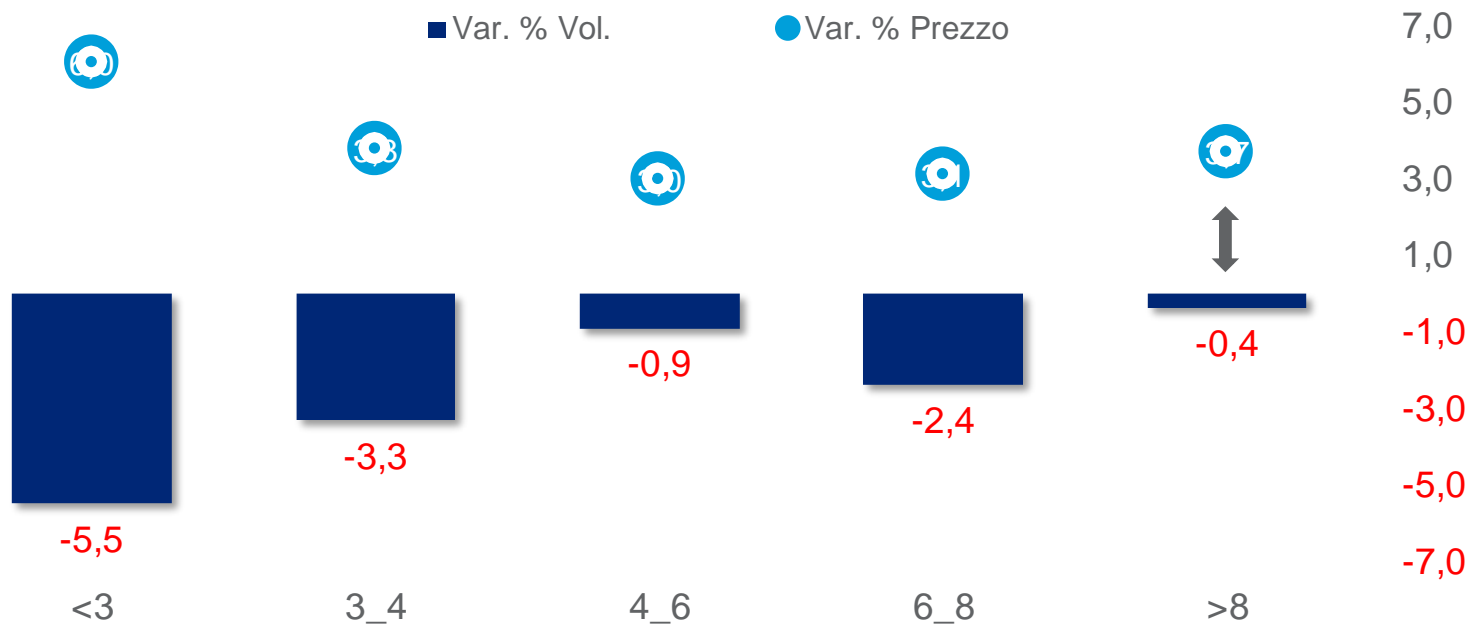
Top 10 regioni DOC/DOCG - per fatturato

Top 10 regioni IGT - per fatturato



Fonte: IRI Infoscan Census® - AT novembre 2018 Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo

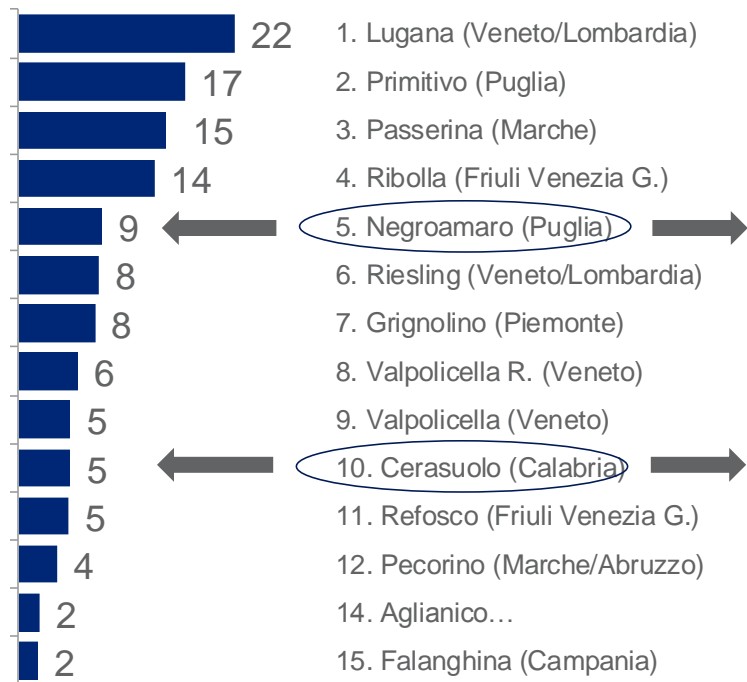
Le fasce alte risentono meno degli aumenti e quando presenti reagiscono meglio



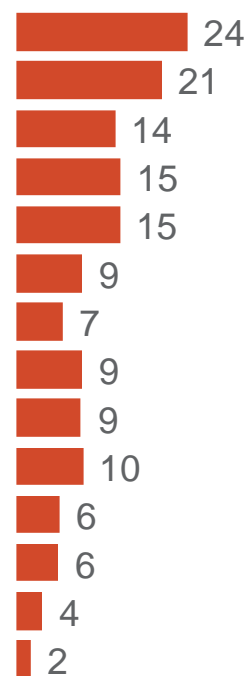
Fonte: IRI Infoscan Census® - AT 30 dicembre 2018 Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo

Come visto in altre occasioni tra i vini che si fanno notare, molti con prezzi medio/alti

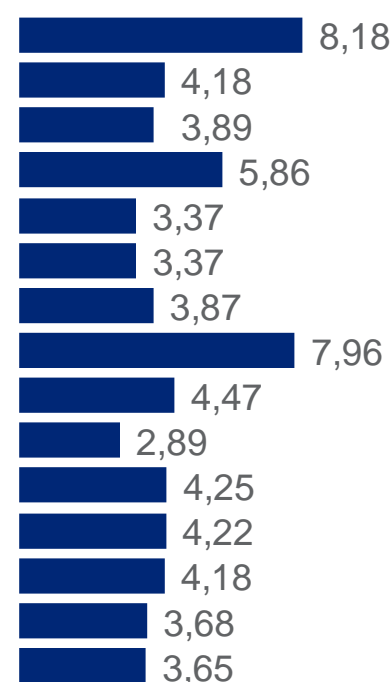
Var. % Vol. (It)



Var. % Val. (€)



Prezzo a bottiglia



- Negli Spumanti si mantengono in territorio positivo, Prosecco, Moscato, Metodo Classico ed alcuni regionali spumantizzati, Ribolla su tutti

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo – Anno Terminante 30 dicembre 2018 - Vini in bottiglia da 75cl con fatturato >2 mio € e vendite >500.000lt

Qualche riflessione sui prezzi

- Le dinamiche del Prezzo e delle componenti che lo compongono hanno effetti sui volumi di vendita;
- Se il Prezzo sale, i volumi scendono; Ma:
 - Denominazione/territorio
 - Prezzo di partenza e dimensioni acquisite
 - Brandsono variabili che possono attenuare, addolcire o in alcuni casi compensare gli aumenti, portando a risultati positivi pur in scenari sfavorevoli.
- Disciplinari, territori e Brand, si difendono meglio dalle oscillazioni della materia prima, dalle variazioni del prezzo e quindi dalle scelte degli shoppers.
- La stabilità dei prezzi è fondamentale per implementare strategie di medio lungo periodo da parte delle aziende e per permettere ad esse di lavorare sul valore

Classifica a volume delle tipologia nel formato da 0,75lt più vendute

		Vendite in Volume (litri)	Var. % Vol.	Vendite in Valore (euro)	Var. % Val.	Prezzo Medio bottiglia
1	Lambrusco (Emilia Romagna/Lombardia)	13.044.121	-0,6	48.399.264	2,7	2,85
2	Chianti (Toscana)	12.802.261	-2,3	71.111.872	2,4	4,17
3	Montepulciano d'Abruzzo (Abruzzo)	8.526.443	1,0	33.153.064	2,8	2,91
4	Chardonnay (Internazionale)	7.776.792	-1,1	35.722.692	3,1	3,41
5	Barbera (Lombardia/Piemonte)	7.520.788	-3,5	33.090.052	1,3	3,28
6	Bonarda (Lombardia/Piemonte)	7.049.584	-4,4	26.682.924	-1,3	2,84
7	Vermentino (Sardegna/Toscana/Liguria)	6.553.268	-9,4	40.882.348	-4,2	4,63
8	Sangiovese (Toscana/Emilia Romagna/Puglia)	5.946.782	-9,1	23.206.610	1,5	2,94
9	Nero d' Avola (Sicilia)	5.809.258	-17,8	26.493.406	-6,9	3,39
10	Prosecco (Veneto/Friuli VG)	4.311.510	-11,5	28.698.276	-6,7	4,72
11	Muller Thurgau (Trentino Altro Adige)	4.289.682	3,9	23.929.680	3,8	4,16
12	Merlot (Triveneto)	3.947.080	-4,7	16.737.790	-0,1	3,15
13	Trebbiano (Emilia Romagna/Abruzzo)	3.803.198	-12,3	12.373.870	-2,5	2,43
14	Gutturnio (Emilia Romagna)	3.476.513	1,2	13.609.684	4,2	2,97
15	Primitivo (Puglia)	3.397.382	17,0	18.953.958	20,6	4,17

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo – Anno Terminante 30 dicembre 2018

Primi 2 mesi 2019 – un inizio confortante

	Vino confezionato	Vino 0,75	Spumante
Variazione % Valori	+7,2%	+9,0%	8,6%
Variazione % Volumi	+2,1%	+5,4%	+9,5%
% Volumi in Promo e Variazione*	39% (+6)	50% (+2)	42% (+7)
Variazione % Prezzi	5,0%	3,5%	-0,9%

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo *Informazione relativa alle prime 8 settimane del 2019 *Per gli spumante le settimane considerate sono sette (esclusione della prima)

Vini e Spumanti Bio: la storia continua

Il segmento bio di vini e spumanti

- Più di 5 milioni di litri e oltre 7 milioni di bottiglie
- 32 milioni di euro di fatturato in GDO.
- Crescere ancora il patrimonio distributivo in particolare nel vino

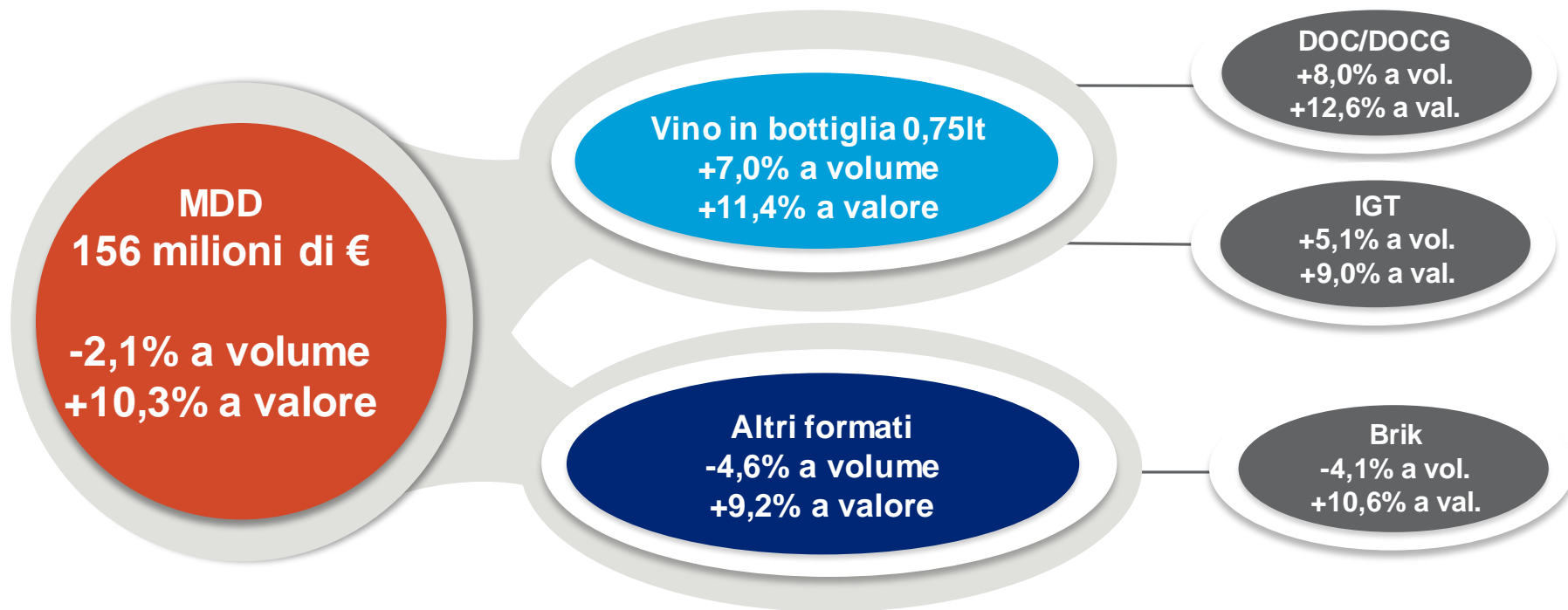
Il trend

- Volumi in crescita del 18% e fatturati del 22%, in rallentamento nel 2018
- Prezzi in calo per gli Spumanti, in leggero aumento per i vini
- Il nr. Medio di referenze a pdv, è pari a 18 nel vino ed a 4 per gli spumanti

Fonte: IRI Infoscansensus® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo+Discount – Anno Terminante 30 dicembre 2018

La Marca del Distributore (MDD) performa meglio dei segmenti di appartenenza

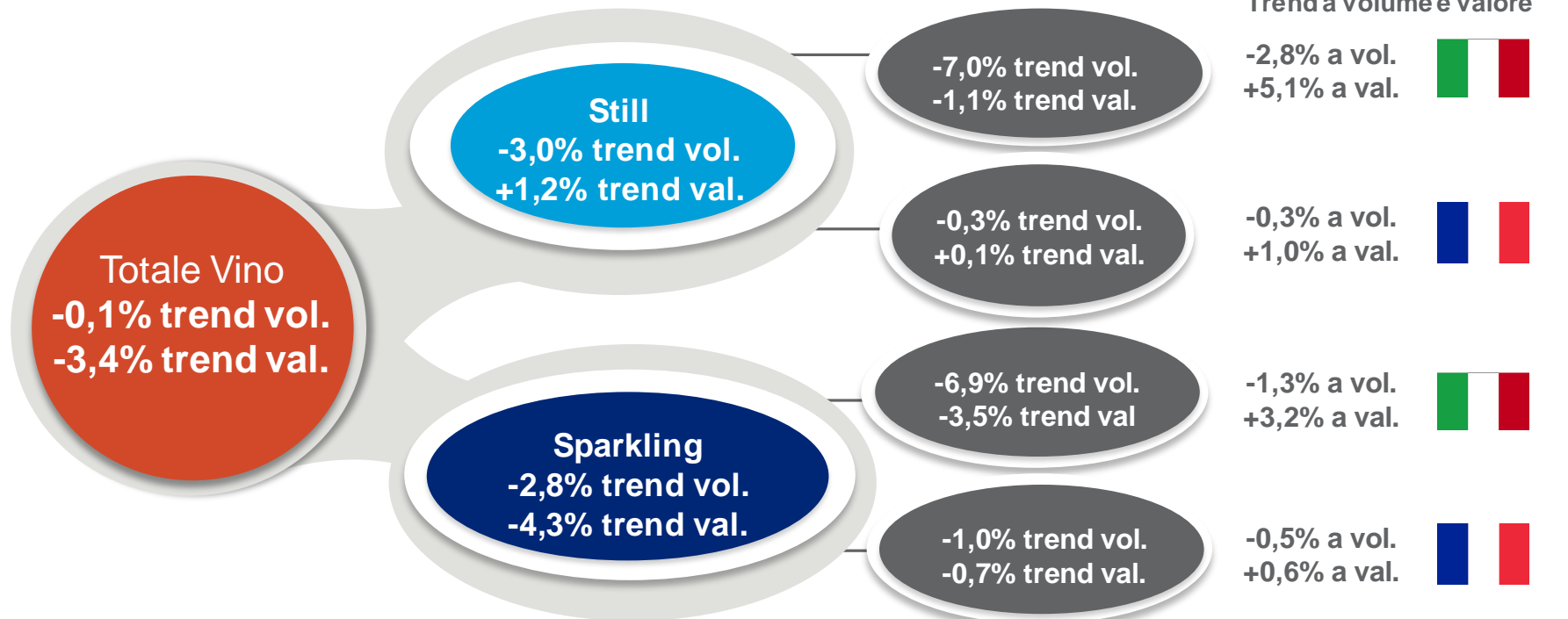
Quota a valore del 10% (14% in volume) a totale vino, in crescita rispetto al 2017



Fonte: IRI Infoscansensus® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo – Anno Terminante 30 dicembre 2018

Germania: quasi 5 Mld € e 22 mio di ettolitri; flette il mercato soprattutto nel Discount (che vale circa il 40% dei volumi) – calano i volumi ma cresce la spesa

Discount inclusi



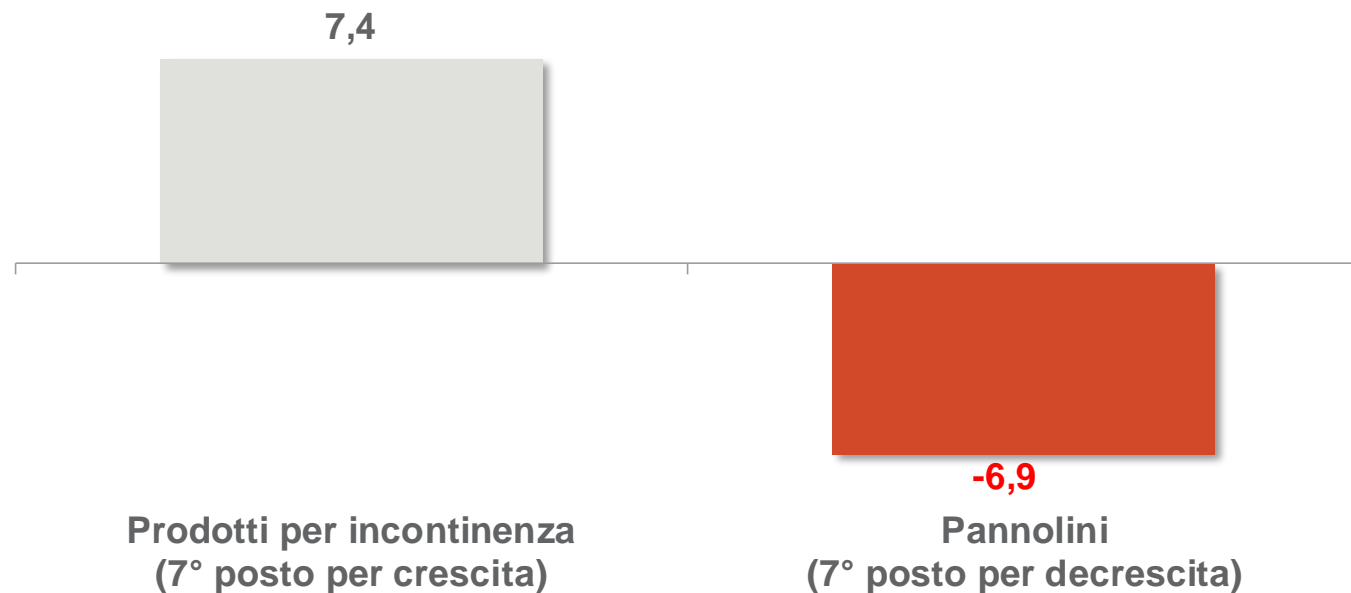
Fonte IRI Germania: Year 2018 - LEH Total with Discount

Qualche ulteriore spunto su....

- Cosa accade in categorie lontane e vicine al vino e soprattutto cosa accade al mondo On Line?

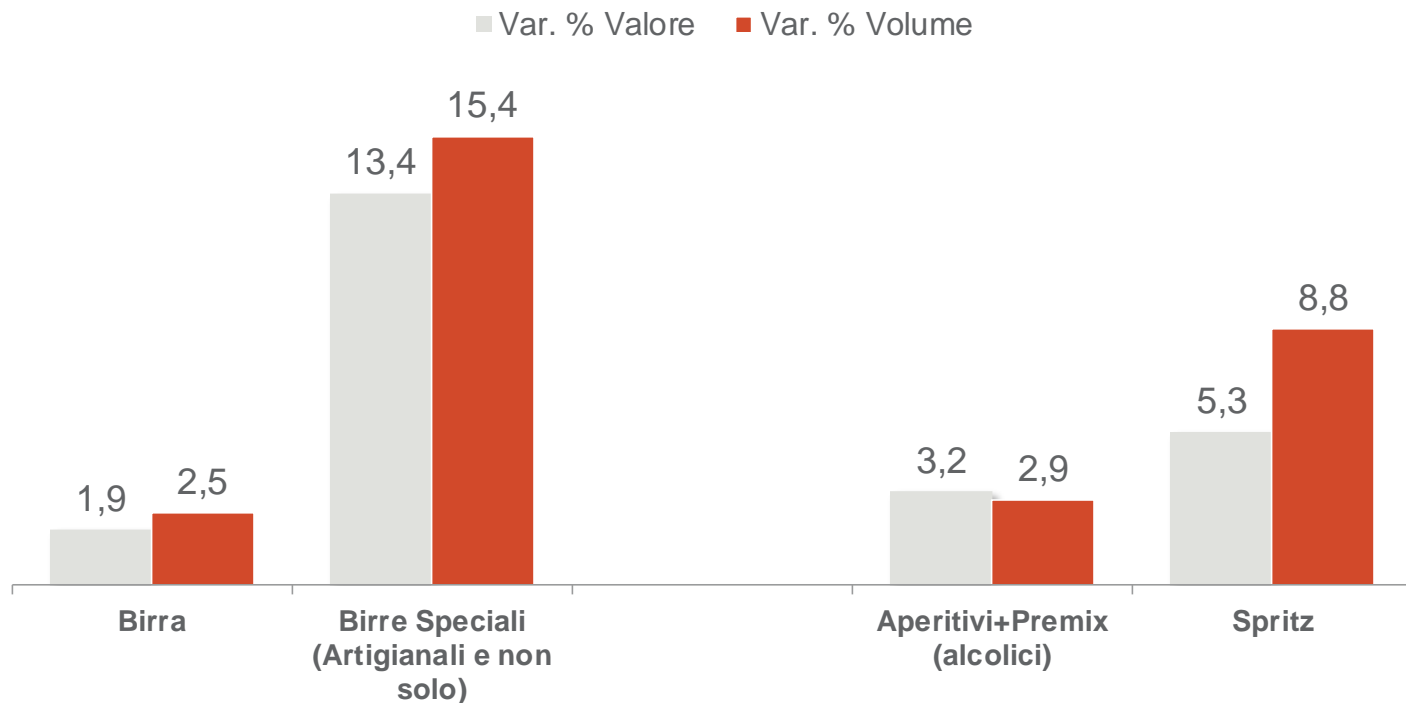
Il cambiamento è adesso (come lo scorso anno)

Reparto Cura Persona: categorie con la maggiore/minore crescita* nel 2018



- Come lo scorso anno, più pannoloni, meno pannolini

Birra e Aperitivi crescono



- Come nel vino ci sono tipologie che guidano la crescita.

Fonte: IRI Infocan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo – Anno Terminante 30 dicembre 2018

E-Commerce: le caratteristiche principali del servizio e l'universo distributivo rappresentato

Universo attuale:
Retailer generalisti



amazon.it

ESSELUNGA
A CASA
LA SPESA COMODA

unes

carrefour.it

coop

bennetdrive

Qui **CONVIENE.it**
LA TUA SPESA ONLINE

SELEX
GRUPPO COMMERCIALE

Auchan
e la vita cambia

Pam

PANORAMA

MELONI
TRADE FOR BEAUTY

Supermercato24

Lavori in corso:
Altri Retailer specializzati

VINO.75

????

????

GIORDANOVINI.IT

Svinando

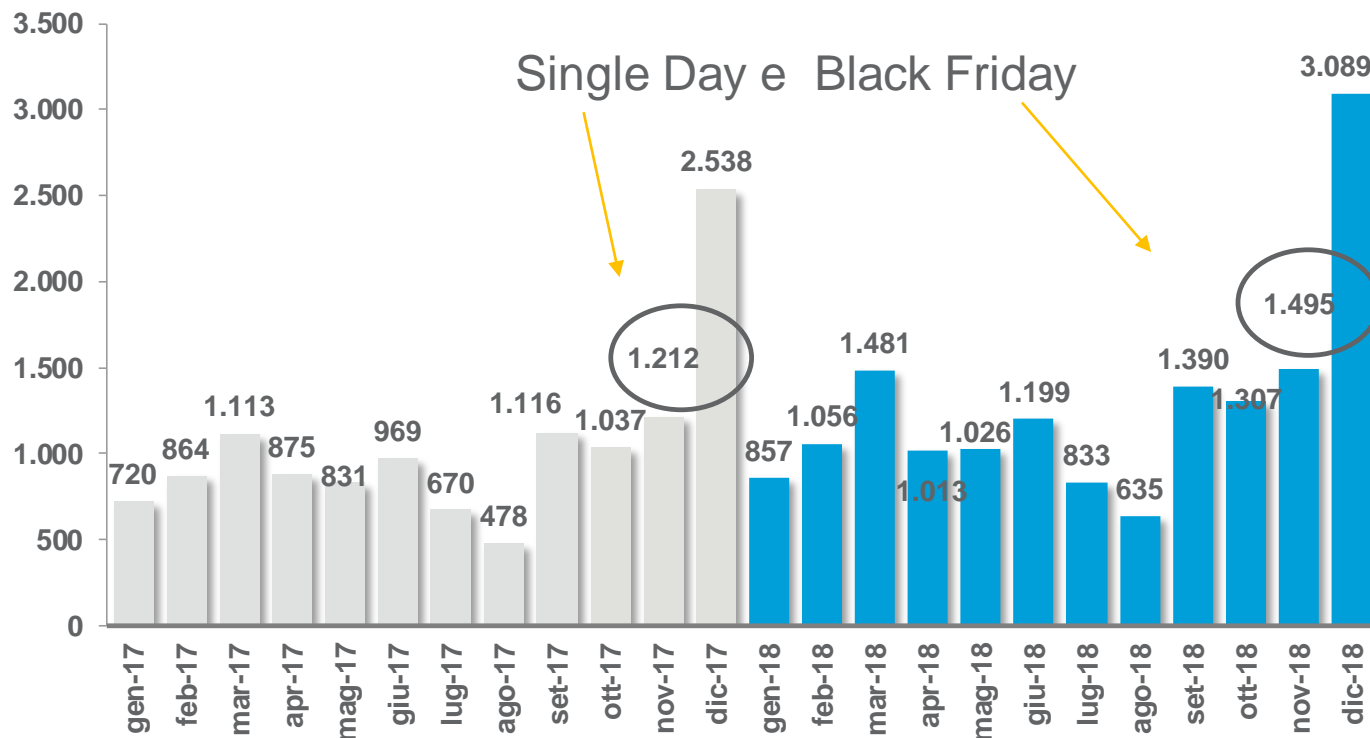
Caratteristiche di



- Leader panel
Dati non espansi a un universo di riferimento
- Aggiornamento continuo con nuove catene collaboranti



Il fatturato di vini e spumanti nel canale OnLine* è di 12 milioni di euro



- Indice di prezzo rispetto al canale fisico 150
- Il mese di novembre (Single Day e Black Friday) è quello con maggiore fatturato e con prezzo medio più alto dopo il mese di dicembre (diversamente dal canale fisico).

* Universo retail+Amazon - Fatturato Canale On-Line Gennaio Dicembre 2018

In mercati stagnanti l'E-commerce rappresenta oggi una opportunità fondamentale di crescita; lo è anche per il vino

**Andamento dei ricavi
di Vini e Spumanti***

**Canali fisici -3,8%
E - commerce +18%**



**0,5%
Quota E-commerce**



**Prezzi medi più alti:
Maggiore marginalità**



**Alto potenziale di crescita
per le Grandi Marche**



**Elevata componente di
servizio apprezzata dal
consumatore**



*E-commerce retail+Amazon - Fatturato Canale On-Line Gennaio Dicembre 2018; Canali fisici: Fonte: IRI Infoscan Census®.AT2018 - Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Discount
*Vini + Spumanti + Champagne

Alcune considerazioni

- In un decennio inizieranno a diventare responsabili di acquisto i nativi digitali
- Le abitudini di acquisto cambieranno velocemente
- Occorre imparare a utilizzare e gestire i nuovi canali di vendita per non lasciarsi trovare impreparati



GRAZIE!



Per informazioni...

Information Resources Srl
Via dei Missaglia, 97, 20142 Milano
IRI@IRIworldwide.com
+39 02 52579.1

Follow us on Twitter: [@IRIworldwide](https://twitter.com/IRIworldwide)