Vini del nuovo mondo, la bolla è esplosa?

Metro Italia

Pantaleo Pappalettera

Buyer Vini e Spumanti

Oristano, 27 Aprile 2006

Copyright © 2004 Metro Italy

DISTRIBUZIONE MODERNA

Grande Distribuzione + Distrubizione Organizzata = G.D.O.

- Ipermercati
- Supermercati
- Discount

Cash and Carry

Vendita a clienti professionali

Vendita a consumatori finali

CONSIDERAZIONI FINALI

Il comportamento di acquisto dei vini dimostra che a valore il mercato Ho.Re.Ca. (consumo fuori casa) è doppio rispetto alla G.D.O. (consumo domestico).

Il consumo è cresciuto maggiormente più nel consumo fuori casa con un prezzo medio di acquisto più alto del 46%

CONSIDERAZIONI FINALI

I vini esteri sono il segmento che registra maggiori incrementi di consumo con predilezione verso i vini del nuovo mondo di fascia prezzo media ed i vini spagnoli di prezzo basso

Lo Champagne è molto importante nel mondo Ho.Re.Ca. e medio in G.D.O. mentre lo spumante dolce è importantissimo in G.D.O. e quasi assente in ristorazione

CONSIDERAZIONI FINALI

Nella Distribuzione Moderna al Consumo privato la fascia prezzo più venduta si è attestata nel 2005 tra € 3.00 e € 3.70

Nella ristorazione la fascia prezzo di acquisto con maggiori rotazioni è confermata da € 3.00 a € 7.00 con punte fino a € 9.40

CONSIDERAZIONI FINALI

Per mantenere il trend positivo i Vini Esteri hanno venduto molto con attività promozionali, incidenza media del 30%

Il taglio prezzo medio è del 15.54% rubando così importanti fette di mercato ai vini nostrani