

Cantine e Grande Distribuzione: nuove strategie per il mercato italiano ed estero

Uno sguardo all'Italia

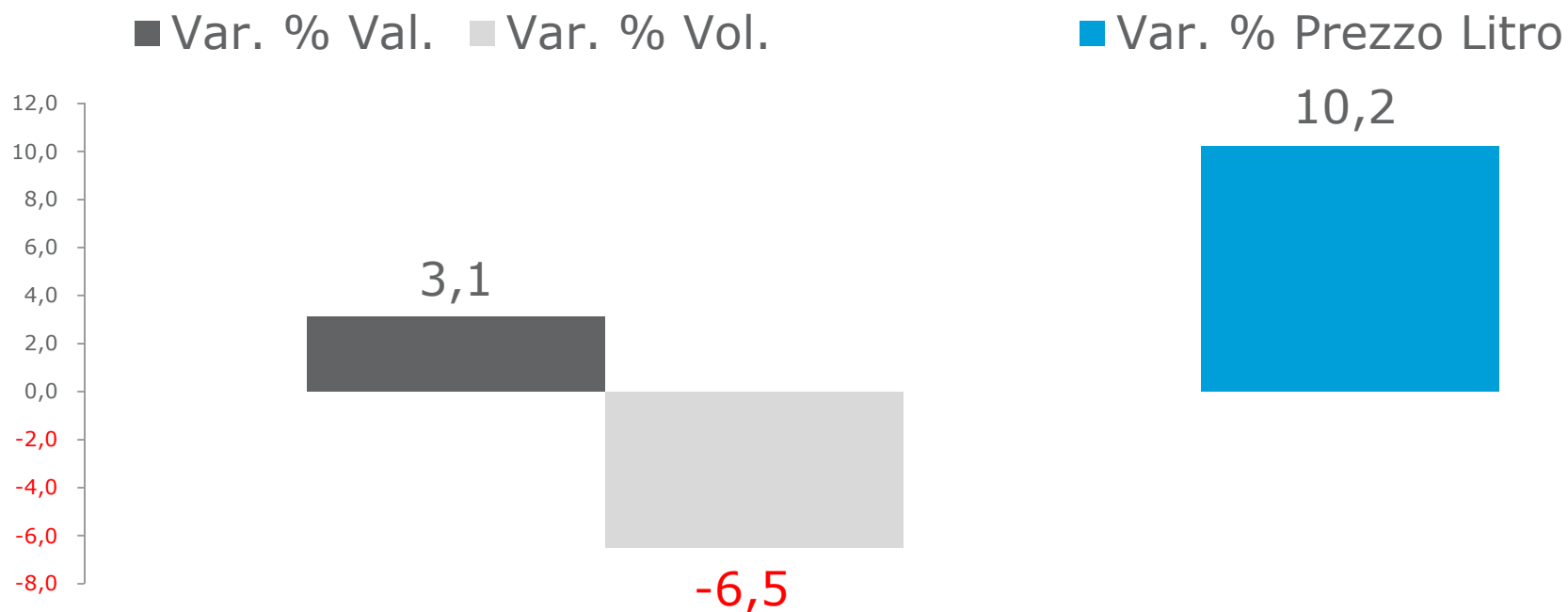


Virgilio Romano
Client Service Director

Verona: 7 aprile 2014



Vino Confezionato: fatturati in crescita nel 2013 con meno litri venduti



- Ancora un anno con il segno meno a volume
 - Bottiglia fino a 75cl -3,3% a volume; Brick -9,4%
 - Prezzi in crescita del 10%
- Cerchiamo di cogliere gli aspetti “positivi” di tale situazione

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013

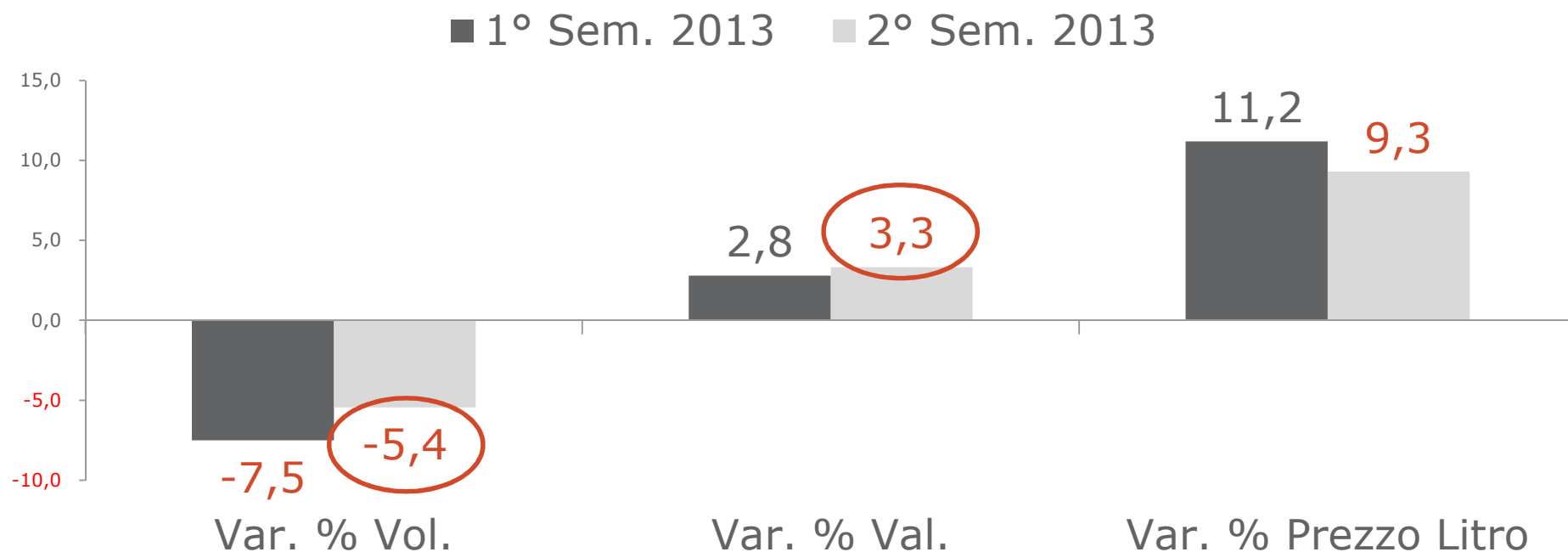
Continuare a lavorare per aumentare Valore

	Vendite in Valore	Var. % Val.	Vendite in Volume	Var. % Vol.	Prezzo Medio in Volume	Var. % Prezzo Litro	% vendite Vol. in Promo
Tot Vino Confezionato	1.515.876.480	3,1	517.720.992	-6,5	2,93	10,2	36
Totale DOCG_DOC_IGT	1.134.535.659	1,7	293.434.078	-5,2	3,87	7,3	45
DOCG_DOC_IGT 75cl	964.469.858	2,2	213.155.028	-3,2	4,52	5,6	51
Altro 75cl	80.673.858	7,1	28.473.935	-0,3	2,83	7,4	35
Altri formati	381.340.821	7,5	224.286.914	-8,0	1,70	16,9	24

- Se aumenta il valore i margini saranno sufficienti per l'intera filiera e le aziende avranno risorse per investire, comunicare, sperimentare

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013

2° semestre 2013 migliore del primo

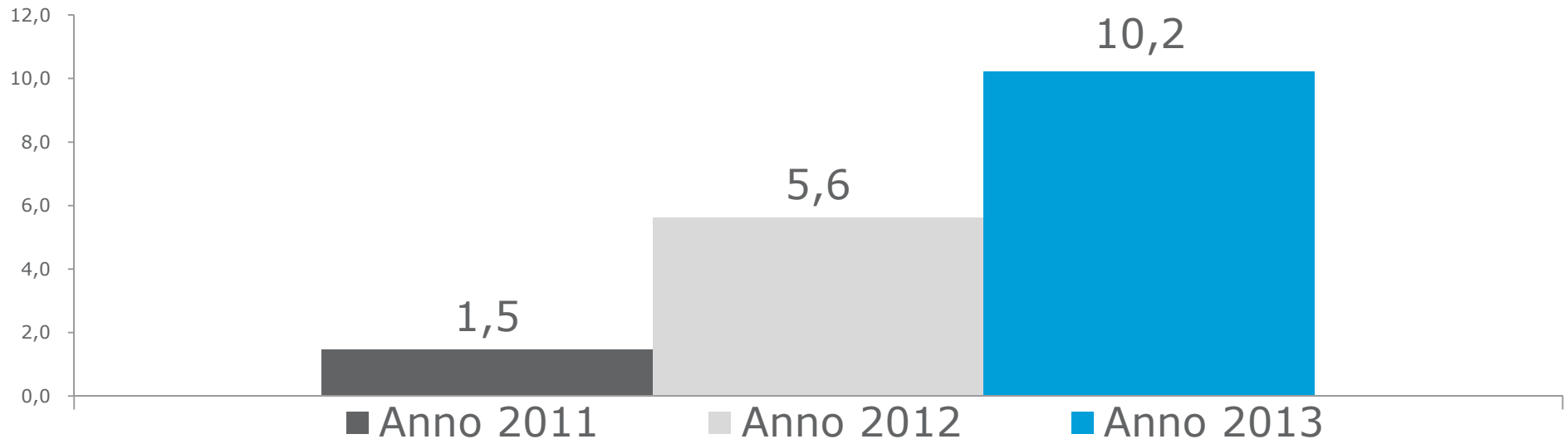


- Nel corso del 2013 le vendite hanno toccato i minimi per poi iniziare a risalire.
- I riposizionamenti di prezzo tenderanno a stabilizzarsi e si potrà costruire la crescita partendo da un livello più basso

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013

Nel 2014 non si prospettano tensioni sui prezzi, diversamente dai due anni precedenti

Var. % Prezzo Litro



- Le poco generose vendemmie del 2011 e del 2012 hanno scaricato sui prezzi le tensioni produttive.
- Nel 2014 le aspettative sono diverse

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013

No all'assioma vendemmia abbondante prezzi in discesa

BUSINESS ISSUE

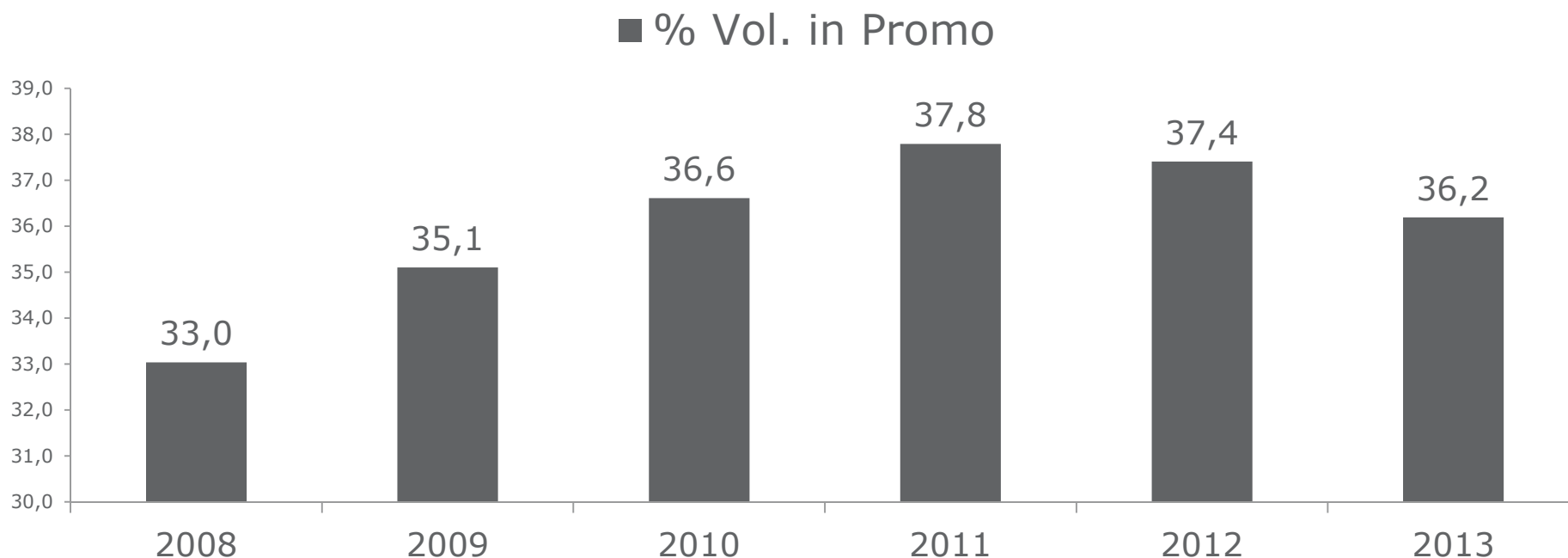
- La vendemmia 2013 è stata generosa
- Riposizionamenti a scaffale verso il basso o incrementi promozionali sono tentazioni forti per recuperare volumi ai concorrenti o ad altri canali
- Nel breve periodo potranno esserci effetti positivi sui volumi, allo stesso modo potranno esserci effetti negativi, di medio/lungo sui margini

SOLUTION

- Non agire sulla leva prezzi:
 - Non agire ulteriormente sulla leva promozionale
 - Mantenere i posizionamenti di prezzo a scaffale raggiunti nel 2013

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013

Nel 2013 è stato venduto in promozione oltre un terzo dei litri di Vino (poco meno del 40% del fatturato)



- Nella bottiglia da 75cl la metà delle vendite avviene in promozione
 - Se strumento tattico la promozione va bene
 - Se rincorsa ai volumi no: prima o poi si paga pegno
- Quali le conseguenze di una promozionalità crescente?...

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013

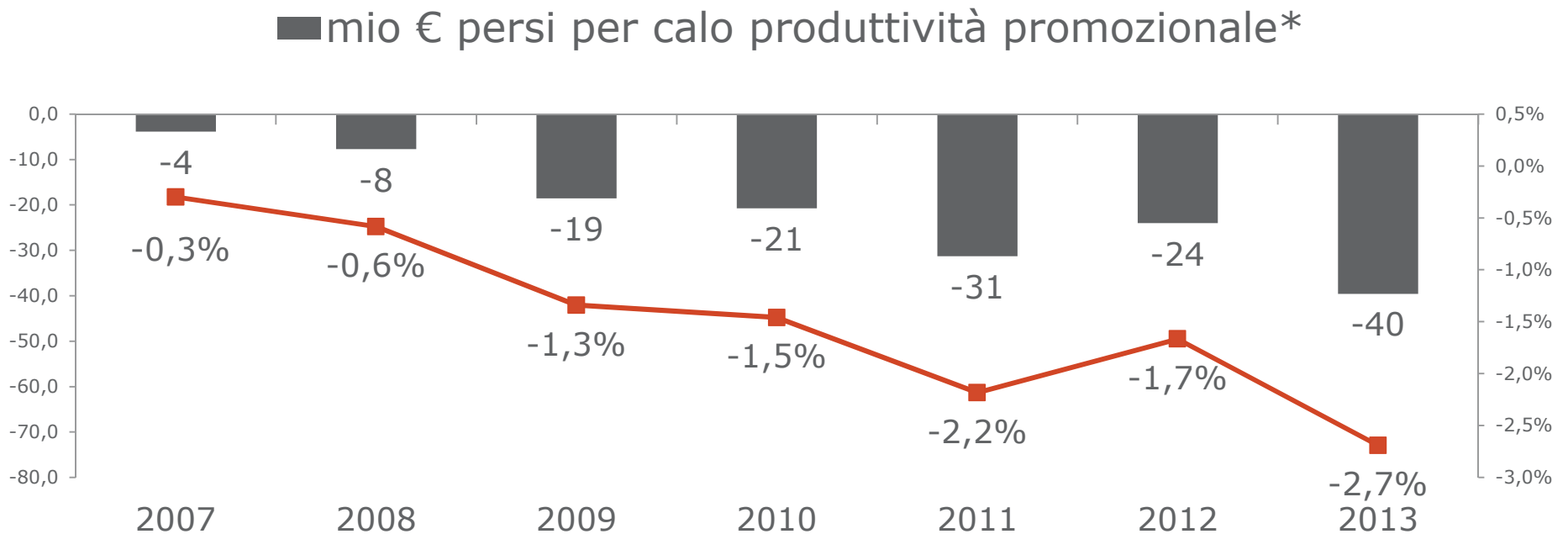
Ne deriva un calo della produttività promozionale

POTENZIALE DI CRESCITA PERSO PER INEFFICIENZA PROMOZIONALE TOTALE VINO CONFEZIONATO

	2007 - 2012	2013	2014
Ricavi Potenziali Persi	18 mio € anno	40 mio € anno	?
Punti % di crescita media annua	(1,2pp) anno	(2,7pp)	

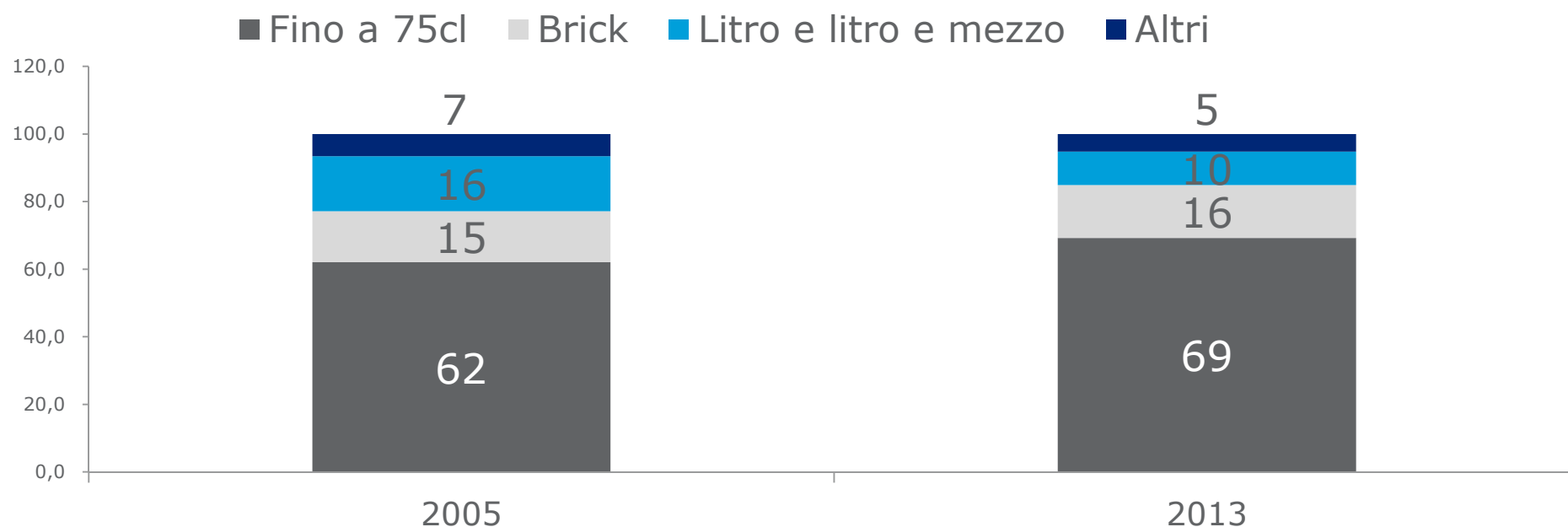
Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013
*verso il miglior ritorno promozionale misurato nell'ultimo decennio

occorre invertire la tendenza per non comprimere margini e valore intrinseco del prodotto



- Non basta fare una promozione per vendere di più, occorre trasferire convenienza/valore/unicità/vera opportunità

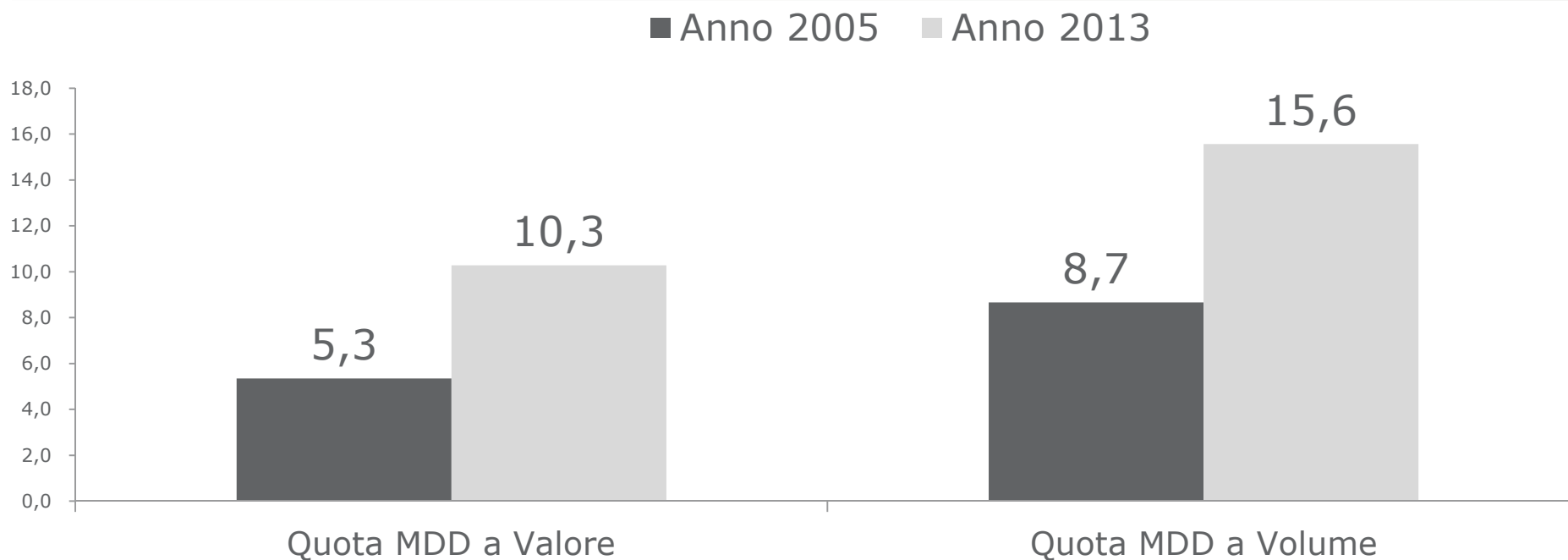
In 8 anni il peso del formato da 75cl e del Brick passa dal 77 all'85% in termini di fatturato e dal 69% al 77% a volume



- I consumi cambiano

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013 - Informazioni in % di fatturato

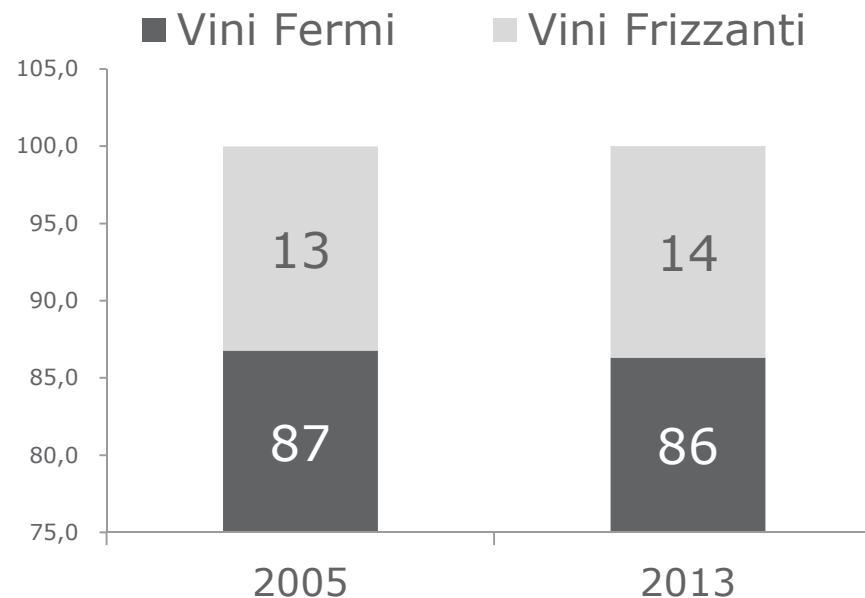
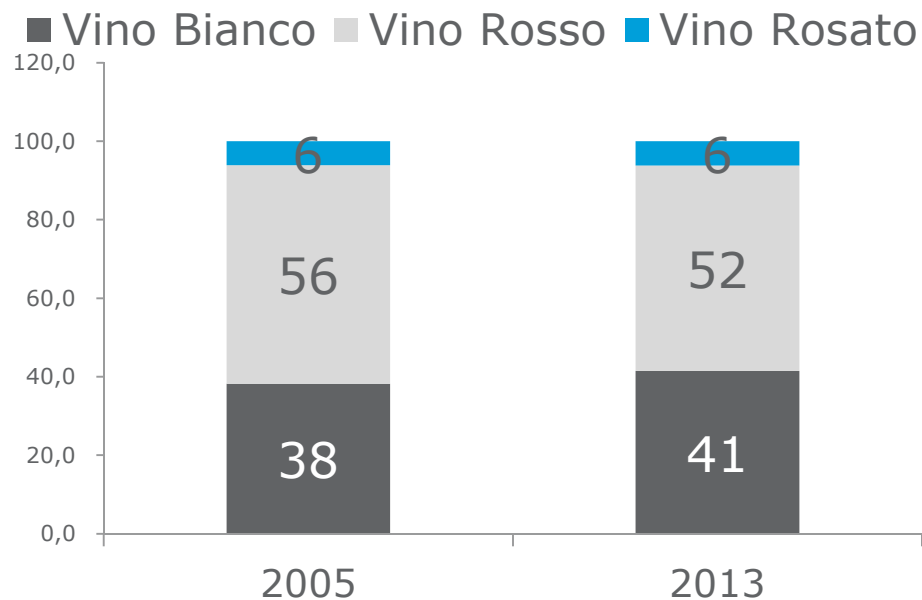
A proposito di cambiamento il peso delle Marche del Distributore dal 2005 ad oggi è quasi raddoppiato



- Con un'accelerazione negli ultimi anni
- Lo scorso anno 155 mio€ (66 nella bottiglia da 75cl), 81 mio di litri (16 nella bottiglia da 75cl)

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013 - Informazioni in % di Volumi

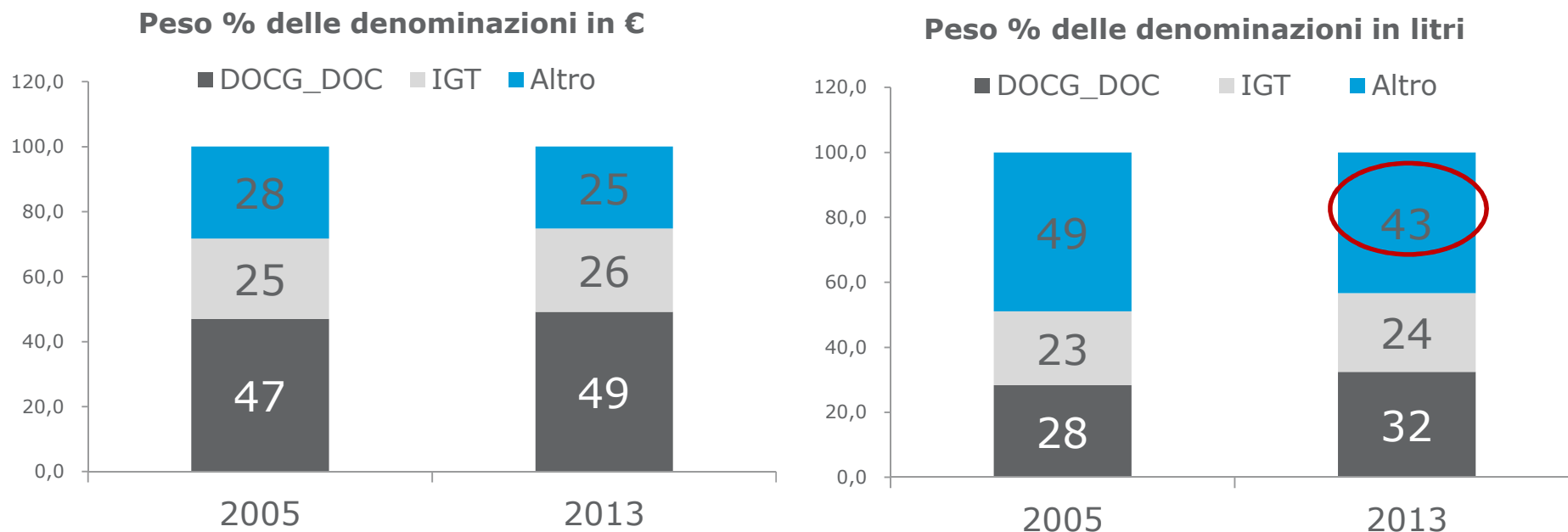
Negli ultimi 8 anni i vini Bianchi hanno guadagnato due punti a scapito dei vini Rossi, i vini Frizzanti un punto a scapito dei vini Fermi



- Gli Shopper cambiano

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013 – Informazioni in % di Volumi

In 8 anni il peso delle denominazioni passa dal 72 al 75% in termini di fatturato e dal 51% al 56% a volume – recuperare valore



- Cambiano gusti, tendenze e mode
- L'Italia sta cambiando

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013

Gli Italiani invecchiano – I giovani hanno abitudini diverse

BUSINESS ISSUE

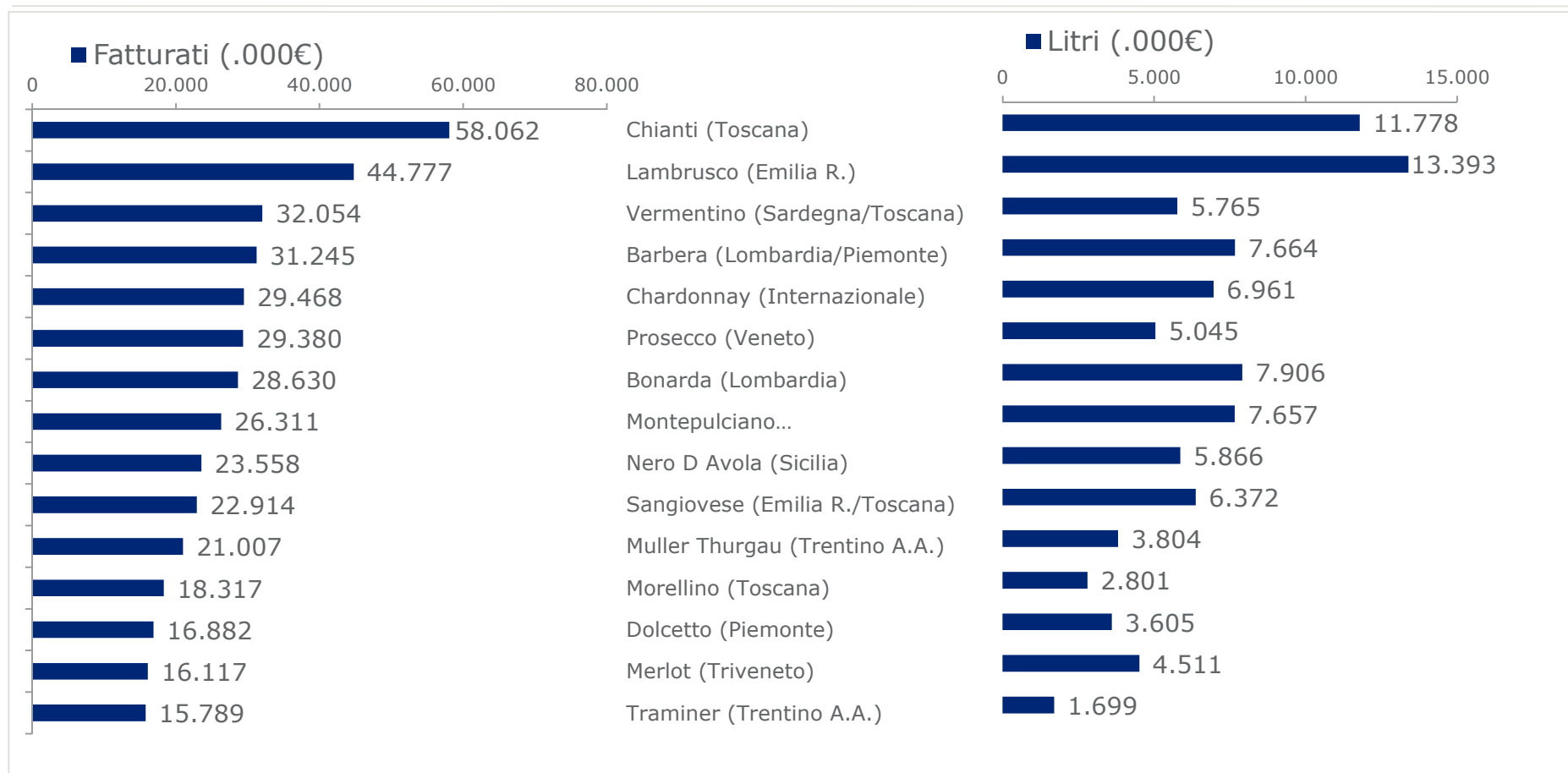
- Il consumo pro capite è in calo e destinato ad abbassarsi ulteriormente, considerato l'invecchiamento della popolazione
- I giovani devono imparare a conoscere il vino per apprezzarlo e consumarlo

SOLUTION

- Guardare sempre più all'estero, per compensare il calo domestico (il consumo di vini nel mondo è in crescita)
- Meglio essere i secondi produttori con le cantine vuote che i primi con le cantine piene
- Investire in comunicazione (compito di Associazioni di categoria ed Aziende);

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013

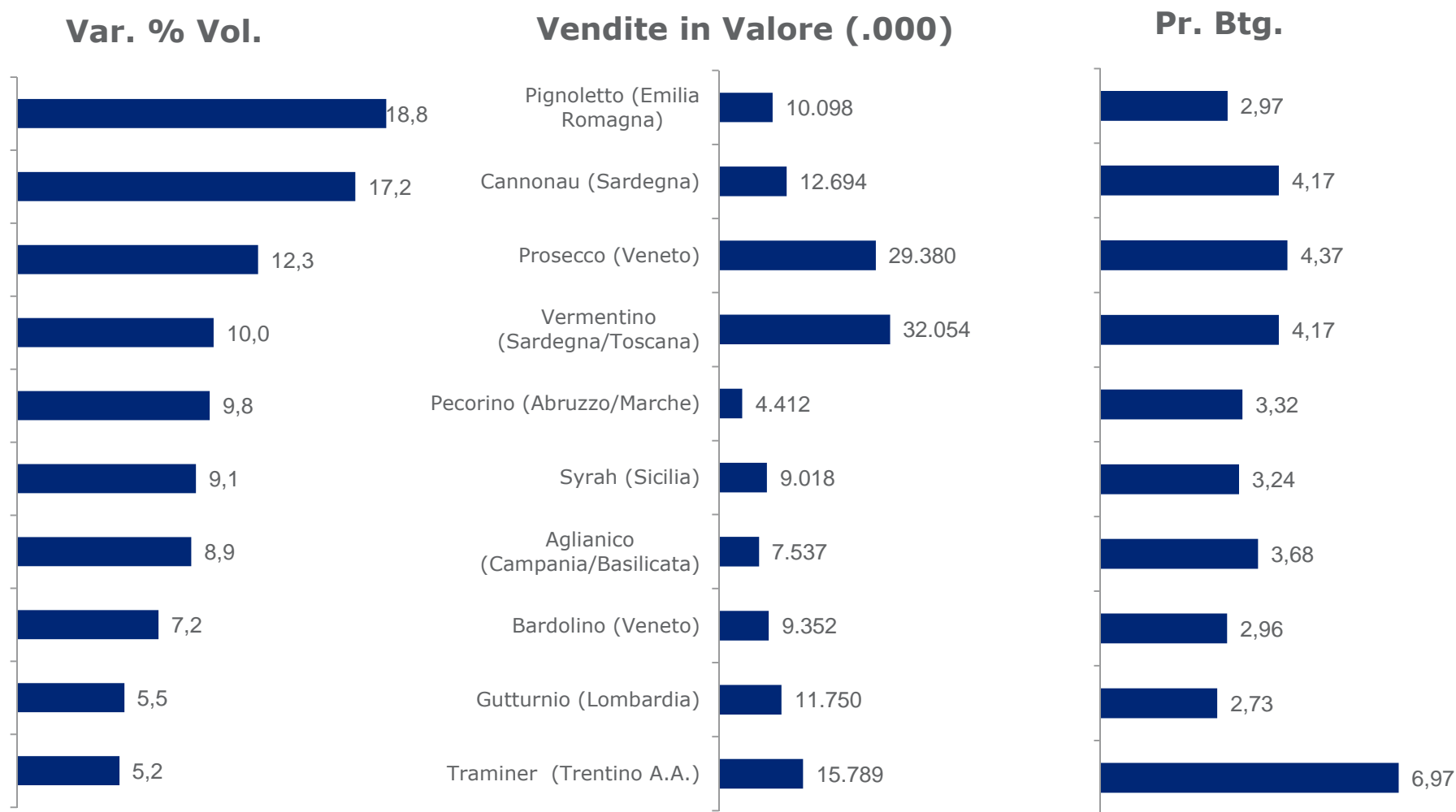
Nel formato da 75cl, il Vermentino sorpassa il Barbera e si aggiudica il posto d'onore



- Per il resto nessuna grande sorpresa

Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013 - Classifica a Valore

Tra i vini a maggior crescita nel formato da 75cl: 4 Bianchi e due Frizzanti ai primi 5 posti



Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013 - Vini in bottiglia da 75cl con fatturato >2 mio € e vendite >500.000lt

E' piccolo, deve farne di strada ma... il Bio cresce anche nel vino.
.....se son rose.....

BUSINESS ISSUE

- Oltre 5 milioni di euro
- Oltre 1 milione di litri (prezzo medio a bottiglia 3,50€)
- E' troppo chiamarlo già una nicchia, ma vale la pena seguirne la strada

SOLUTION

- In crescita del 9,8%
- In crescita del 3,8%
- Peso sul totale Vino, qualche decimale.

Non possiamo parlare di vino a Km 0, ...ma si beve il vino della propria regione

	Q.ta in Volume in % delle prime tre tipologie	Tipologie di Vino più vendute per regione		
Liguria	16,8	Bonarda (Lombardia)	Barbera (Piemonte/Lombardia)	Lambrusco (Emilia Romagna)
Lombardia	16,6	Barbera (Piemonte/Lombardia)	Lambrusco (Emilia Romagna)	Bonarda (Lombardia)
Piemonte	16,5	Barbera (Piemonte/Lombardia)	Dolcetto (Piemonte)	Bonarda (Lombardia)
Emilia Romagna	25,7	Lambrusco (Emilia Romagna)	Sangiovese (Toscana/Emilia Romagna/Puglia)	Pignoletto (Emilia Romagna)
Veneto	13,8	Merlot (Triveneto)	Cabernet (Triveneto)	Lambrusco (Emilia Romagna)
Friuli Venezia Giulia	13,5	Merlot (Triveneto)	Cabernet (Triveneto)	Friulano (Friuli V.G.)
Trentino	18,2	Teroldego (Trentino A.A.)	Merlot (Triveneto)	Marzemino (Trentino A.A.)
Lazio	8,5	Chianti (Toscana)	Montepulciano d'Abruzzo (Abruzzo)	Vermentino (Sardegna/Toscana)
Toscana	12,8	Chianti (Toscana)	Morellino (Toscana)	Sangiovese (Toscana/E. Romagna/Puglia)
Umbria	14,3	Trebbiano (Abruzzo)	Sangiovese (Toscana/E. Romagna/Puglia)	Montepulciano d'Abruzzo (Abruzzo)
Sardegna	23,0	Cannonau (Sardegna)	Vermentino (Sardegna/Toscana)	Monica di Sardegna (Sardegna)
Marche	17,6	Verdicchio (Marche)	Trebbiano (Abruzzo)	Passerina (Marche)
Sicilia	13,3	Nero d'Avola (Sicilia)	Syrah (Sicilia)	Alcamo (Sicilia)
Puglia	8,1	Sangiovese (Toscana/Emilia Romagna/Puglia)	Primitivo (Puglia)	Negroamaro (Puglia)
Campania	15,8	Solopaca (Campania)	Aglianico (Campania/Basilicata)	Lambrusco (Emilia Romagna)
Abruzzo / Molise	25,2	Montepulciano d'Abruzzo (Abruzzo)	Trebbiano (Abruzzo)	Pecorino (Abruzzo/Marche)
Basilicata / Calabria	22,1	Cirò (Calabria)	Nero d'Avola (Sicilia)	Aglianico (Campania/Basilicata)

Fonte: Iri Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 29 dicembre 2013

Informazioni

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

Francesca Fumagalli Ceri

Francesca.FumagalliCeri@IRIworldwide.com

Marketing Communication Associate Director



ABOUT IRI

IRI è leader mondiale nella fornitura di informazioni sui mercati del Largo Consumo e sullo shopper, nelle analisi predittive e nella generazione di insight strumentali alla presa di decisioni. IRI è in grado di supportare la crescita dei suoi Clienti individuando l'impatto che i diversi fattori competitivi e di mercato possono avere sulle performance di aziende di largo consumo e distribuzione. Contribuiamo al successo del vostro futuro: **www.iriworldwide.it**

Information Resources srl

via dei Missaglia, 97 20142 Milano

tel +39 02 52579 1

via Erminio Spalla, 41 00142 Roma

tel +39 06 5195611