

Osservatorio Signorvino: bene take away, in ripresa la ristorazione

written by Redazione Wine Meridian | 9 Settembre 2020



La ripresa dei consumi dà i primi segni di ripartenza dal comparto agroalimentare e vinicolo: a confermarlo è lo studio svolto dall'Osservatorio Signorvino grazie ad un monitoraggio rivolto all'osservazione del consumatore finale e sempre più ramificato sul territorio italiano con analisi svolte grazie ad un sistema di CRM ed al monitoraggio diretto degli store manager. Gli store sui quali è stata svolta la ricerca sono tutti i 18 punti vendita, considerando anche l'ultimissima apertura di Parma dello scorso luglio. Indicazioni utili per ridurre il gap statistico e informativo esistente sulle vendite di vino in Italia nel rilevante canale retail extra-GDO, monitorare le tendenze in atto sugli acquisti e i consumi di vino, comprendere e anticipare i trend di cambiamento sociodemografico negli stili di vita degli italiani.

I punti vendita Signorvino sono stati fra i primi a chiudere ed anche i primi a riaprire, il 17 maggio. La ricerca si è quindi concentrata su questo ultimo periodo estivo dal giorno

della ripresa andando ad analizzare i trend di vendita rispetto al solito periodo dello scorso anno con focus sui macro-dati di andamento per ogni categoria.

Dopo la riapertura i consumi take away hanno registrato un prevedibile calo rispetto allo scorso anno del -48%, per poi crescere del +3% nel mese di giugno, +6% nel mese di luglio, fino a raggiungere la doppia cifra di crescita nelle vendite nel mese di agosto.

Dati Retail

La categoria che cresce di più in assoluto è rappresentata dai **Vini Rossi Leggeri** (grado alcool fino a max 12° e fino a max 13°) che crescono di un +5% (incidenza a valore) percentuale che raggiunge il +8% se osserviamo nella categoria la sola fascia prezzo della convenienza, quella sotto i € 19,90.

Nella Top 10 dei vini più venduti entra infatti il Lambrusco, a discapito del Chianti Classico. I pezzi per scontrino crescono rispetto al 2019 da 2,4 a 3,0 segnale che il consumatore predilige fare scorta dei vini convenienti per il consumo quotidiano e non acquista il vino solo per le grandi occasioni.

Dati E-commerce

La categoria che si impone come alto-vendente è quella delle **BOLLICINE, nella fascia Ultra Premium con prezzo > € 99,00**. Se nel retail la bollicina premium più venduta rimane saldamente il Franciacorta, questo non si verifica nelle vendite on-line dove i clienti prediligono a quest'ultima Trento Doc e Alta Langa. Lo scontrino medio si posiziona saldamente sopra i 100 euro, con una media di 9,20 pezzi per scontrino.

A prescindere dalla categoria la fascia prezzo più venduta rimane quella sotto i € 19,90, dove osserviamo un acquisto a cartone per sfruttare la convenienza della consegna gratuita.

Il campo di studio dell'Osservatorio è significativo: un giro d'affari complessivo del gruppo di oltre 31 milioni, più di 1500 etichette presenti negli store di oltre 250 fornitori e

quasi un milione di bottiglie vendute ogni anno permettono di dare indicazioni sul valore e sul volume delle denominazioni maggiormente vendute, rappresentando le preferenze espresse dal consumatore e profilando diversi target con le relative abitudini. Il monitoraggio avviene in maniera diretta da parte degli store manager con un'analisi quali-quantitativa, osservando gli atteggiamenti di acquisto e analizzando i dati di vendita.

18 punti vendita: Milano Duomo, Milano Via Dante, Brescia, Arese (MI), Verona, Affi (VR), Valpolicella (VR), Vallese (VR), Merano (BZ), Torino, Vicolungo (NO), Cadriano (BO), Bologna, Firenze, Foiano (AR), Castel Romano (RO), Curno (BG), Parma.