

IL POSIZIONAMENTO DEL PROSECCO SUL MERCATO TEDESCO

CONSUMER SURVEY **GERMANIA**

11 NOVEMBRE 2020





OBIETTIVI

- Tasso di penetrazione dei vini sparkling, del PROSECCO e dei principali competitors
- Awareness & perception del PROSECCO e dei principali competitors
- Profilo del consumatore di PROSECCO e consumption habits (key buying factors, luoghi, occasioni e modalità di consumo, spesa media, competitive set)
- Motivi di chi non consuma PROSECCO e driver al potenziale acquisto
- Strumenti di comunicazione più efficaci per il PROSECCO (canali e immagini da comunicare)
- Cambiamenti intervenuti nel consumo di sparkling e del PROSECCO nel 2020 (impatto Covid-19) e previsioni per il 2021 (consumo, luoghi, canali di acquisto)
- Interesse, willingness to pay e perception per il PROSECCO ROSÈ

METODOLOGIA

- QUESTIONARIO: strutturato a prevalente risposta chiusa
- SOMMINISTRAZIONE: metodo CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)
- NUMEROSITÀ CAMPIONARIA: 1.000 consumatori di vini sparkling
- POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO: popolazione 18-65
- CRITERIO DI ELEGGIBILITÀ: ha consumato vino sparkling in almeno una occasione negli ultimi 12 mesi.

CONSUMO DI SPARKLING & RUOLO DEL PROSECCO

CONSUMER SURVEY



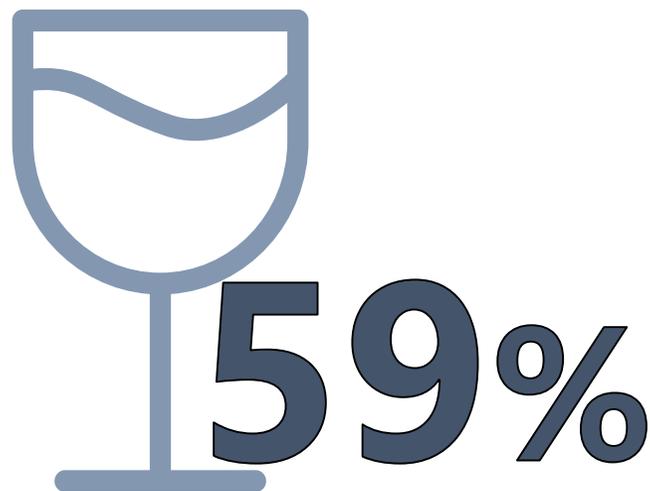
1

.RUOLO SPARKLING
.CONSUMO E PERCEPTION DEL
PROSECCO VS MAIN COMPETITORS

VINI SPARKLING PENETRATION RATE

Popolazione 18-65 che, negli ultimi 12 mesi, ha avuto almeno una occasione di consumo di

VINO



Popolazione 18-65 che, negli ultimi 12 mesi, ha avuto almeno una occasione di consumo di

VINO SPUMANTE/FRIZZANTE



BIANCO
42%

ROSÈ
36%



Pensando ai vini SPUMANTI/FRIZZANTI, BIANCHI E/O ROSÈ, qual è il primo vino/denominazione che Le viene in mente?

Notorietà spontanea* 

- **TOP** CITAZIONI -



37%
Non indica
una risposta

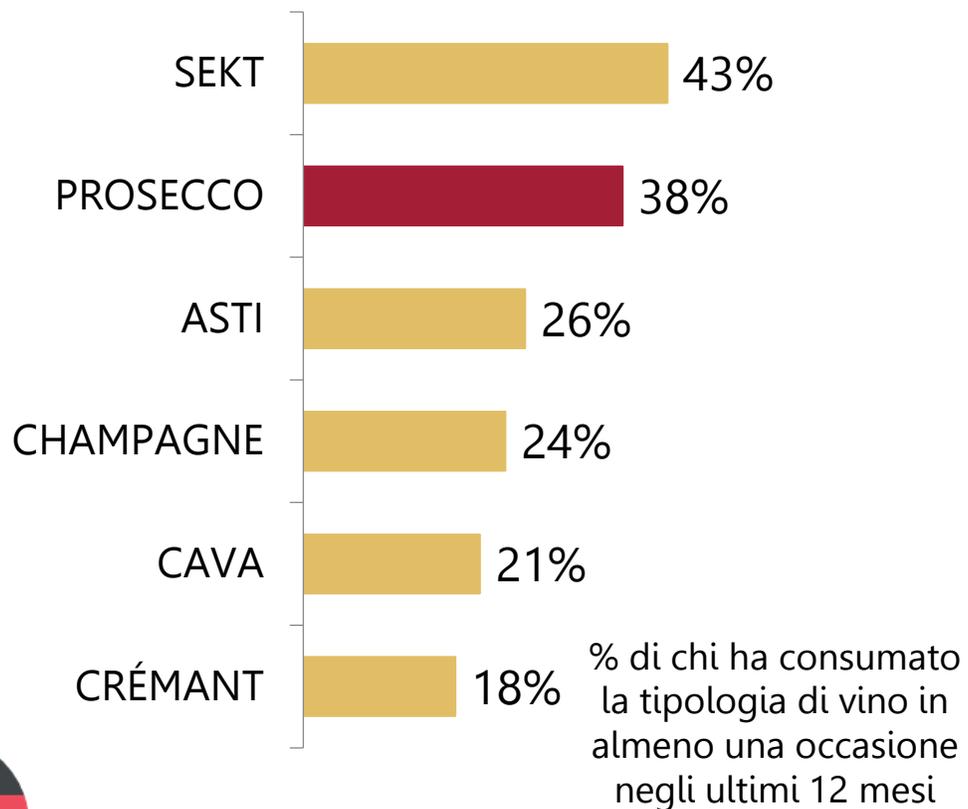
* Risposta non assistita: il rispondente non è stato sollecitato, nessuna modalità di risposta è stata citata. Le parole nella «tag cloud» (nuvola di parole) sono frutto della riclassificazione delle risposte aperte. Ogni parola ha una grandezza proporzionale al numero di volte in cui è stata citata.



VINI SPARKLING

PENETRATION RATE E PERCEPTION PER TIPOLOGIA

Negli ultimi 12 mesi, ha consumato (in casa e/o fuori casa) i seguenti vini SPUMANTI/FRIZZANTI, BIANCHI E/O ROSÈ?



% calcolate su popolazione 18-65

Le chiedo di indicare l'aggettivo/immagine che meglio rappresenta ciascun vino...

Top 3 aggettivi

	1°	2°	3°
SEKT	Classico & Tradizione	Divertimento & Convivialità	Qualità
PROSECCO	Divertimento & Convivialità	Cool/ di moda/ giovane	Femminilità/ Delicatezza
ASTI	Divertimento & Convivialità	Economico	Classico & Tradizionale
CHAMPAGNE	Costoso	Status symbol	Eleganza
CAVA	Classico & Tradizione	Qualità	Divertimento & Convivialità
CRÉMANT	Eleganza	Qualità	Classico & Tradizionale

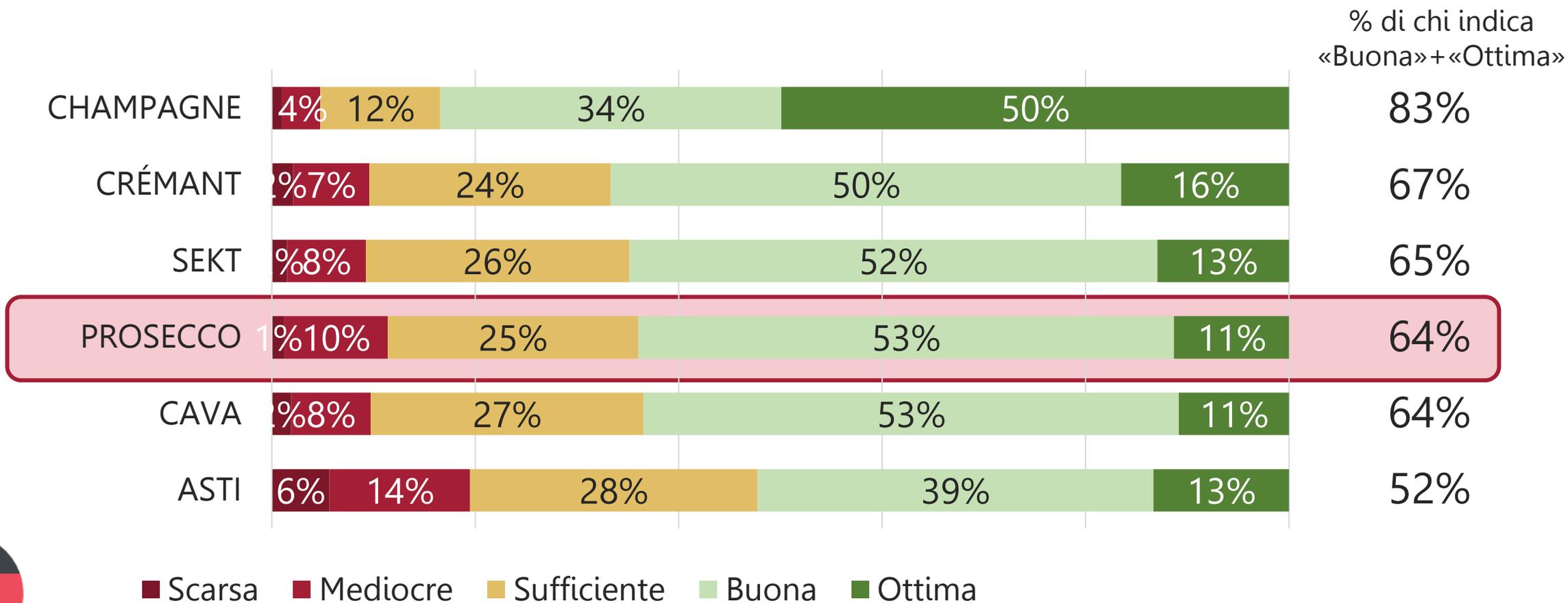
TOP3 calcolata su chi conosce ciascun vino



VINI SPARKLING

PERCEZIONE DELLA QUALITÀ

Si focalizzi ora esclusivamente sulla qualità del vino:
che voto darebbe a ciascuno di questi vini su una scala da 1 a 5 dove 1= Scarsa qualità e 5=Ottima qualità?



FOCUS PROSECCO

CONSUMER SURVEY



2

.CONSUMPTION HABITS
.DOMANDA POTENZIALE
.COMUNICAZIONE

Ora concentri l'attenzione su un vino in particolare: il PROSECCO.

Se pensa al luogo di produzione del PROSECCO, quale territorio Le viene subito in mente?

Notorietà spontanea* 

- **TOP** CITAZIONI -

Francia
Italia
Germania
Spagna

40%
Non indica
una risposta

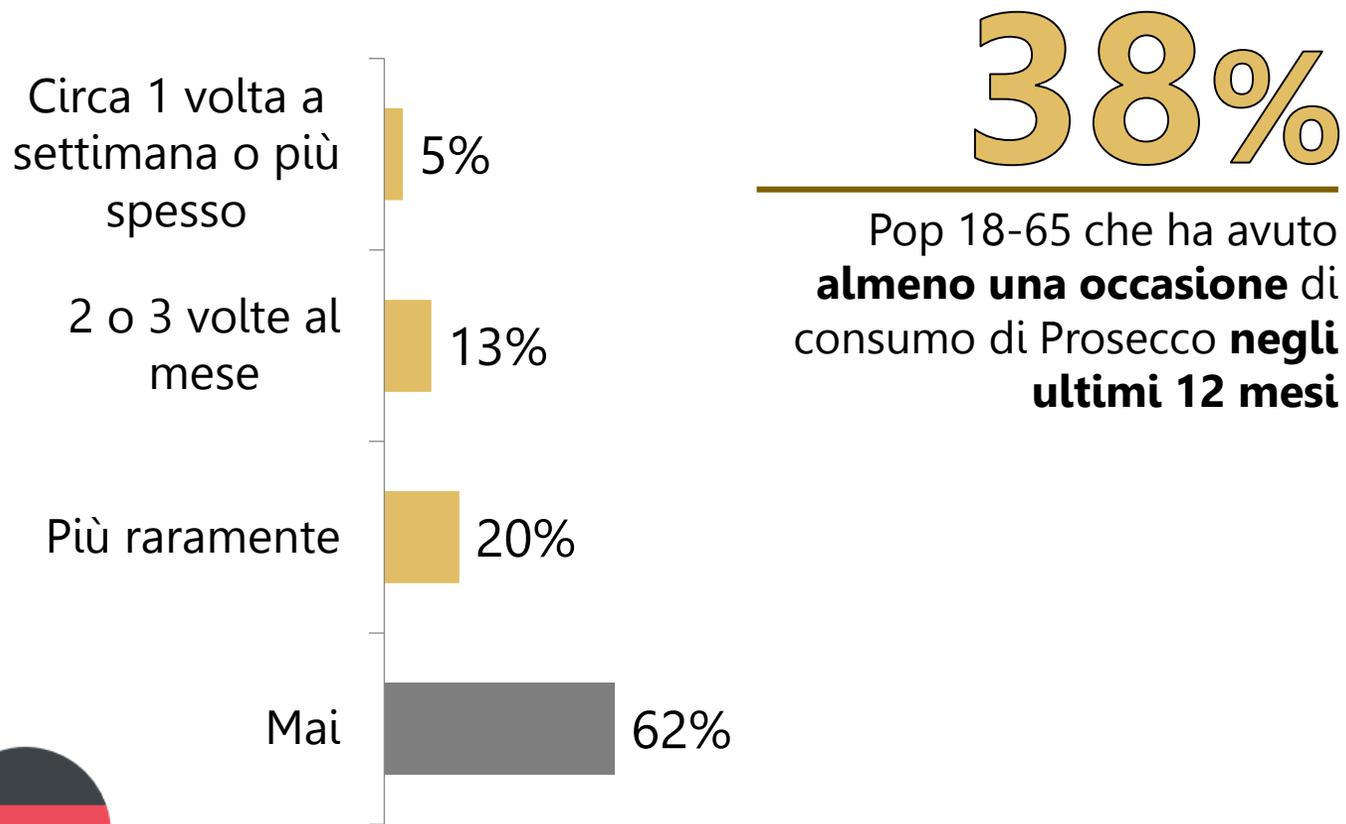
* Risposta non assistita: il rispondente non è stato sollecitato, nessuna modalità di risposta è stata citata. Le parole nella «tag cloud» (nuvola di parole) sono frutto della riclassificazione delle risposte aperte. Ogni parola ha una grandezza proporzionale al numero di volte in cui è stata citata.



PROSECCO CONSUMPTION HABITS

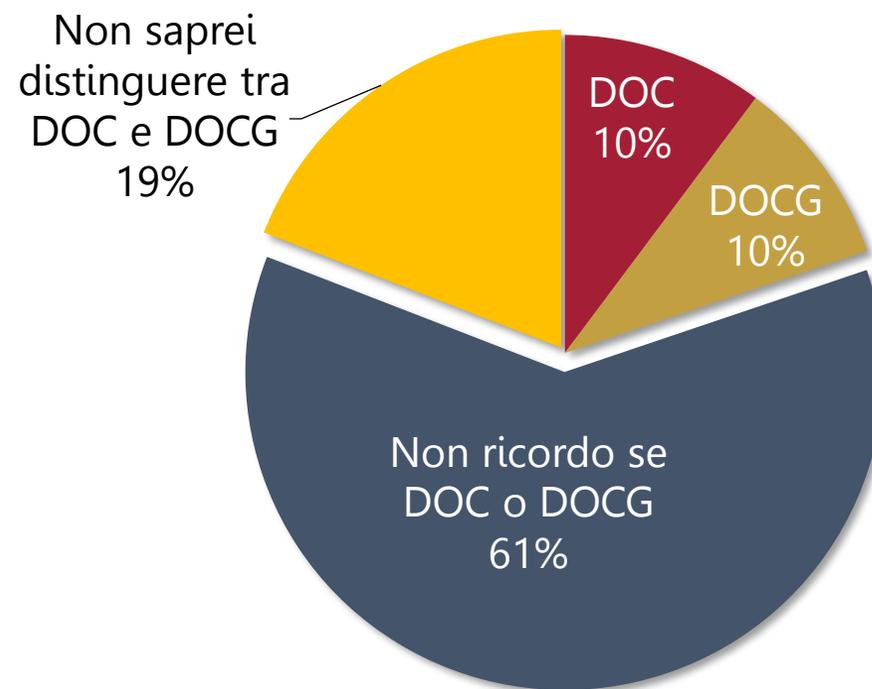
FREQUENZA E DENOMINAZIONI

Negli ultimi 12 mesi, in casa/da amici o in bar/ristoranti/altri locali, ha bevuto in almeno un'occasione Prosecco?



% calcolate su popolazione 18-65

Negli ultimi 12 mesi, ha bevuto soprattutto PROSECCO ...



% calcolate su chi consuma PROSECCO



PROSECCO CONSUMPTION HABITS LUOGHI DI CONSUMO & SPESA MEDIA

Negli ultimi 12 mesi, ha bevuto PROSECCO soprattutto...

Pre-Covid (2018)

AT HOME 43%

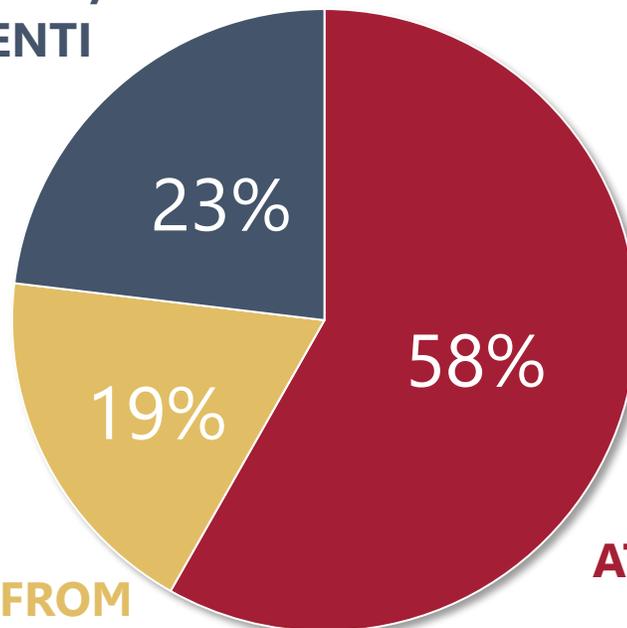
AWAY FROM HOME 29%

DA PARENTI/AMICI 28%

Quanto spende mediamente per un **calice di PROSECCO** che ordina nelle occasioni fuori casa al ristorante/ bar/altri locali?

5,0 €

**DA AMICI/
PARENTI**



**AWAY FROM
HOME**

AT HOME

Quanto spende mediamente per una **bottiglia di PROSECCO** da 750ml che acquista per il consumo domestico?

5,4 €

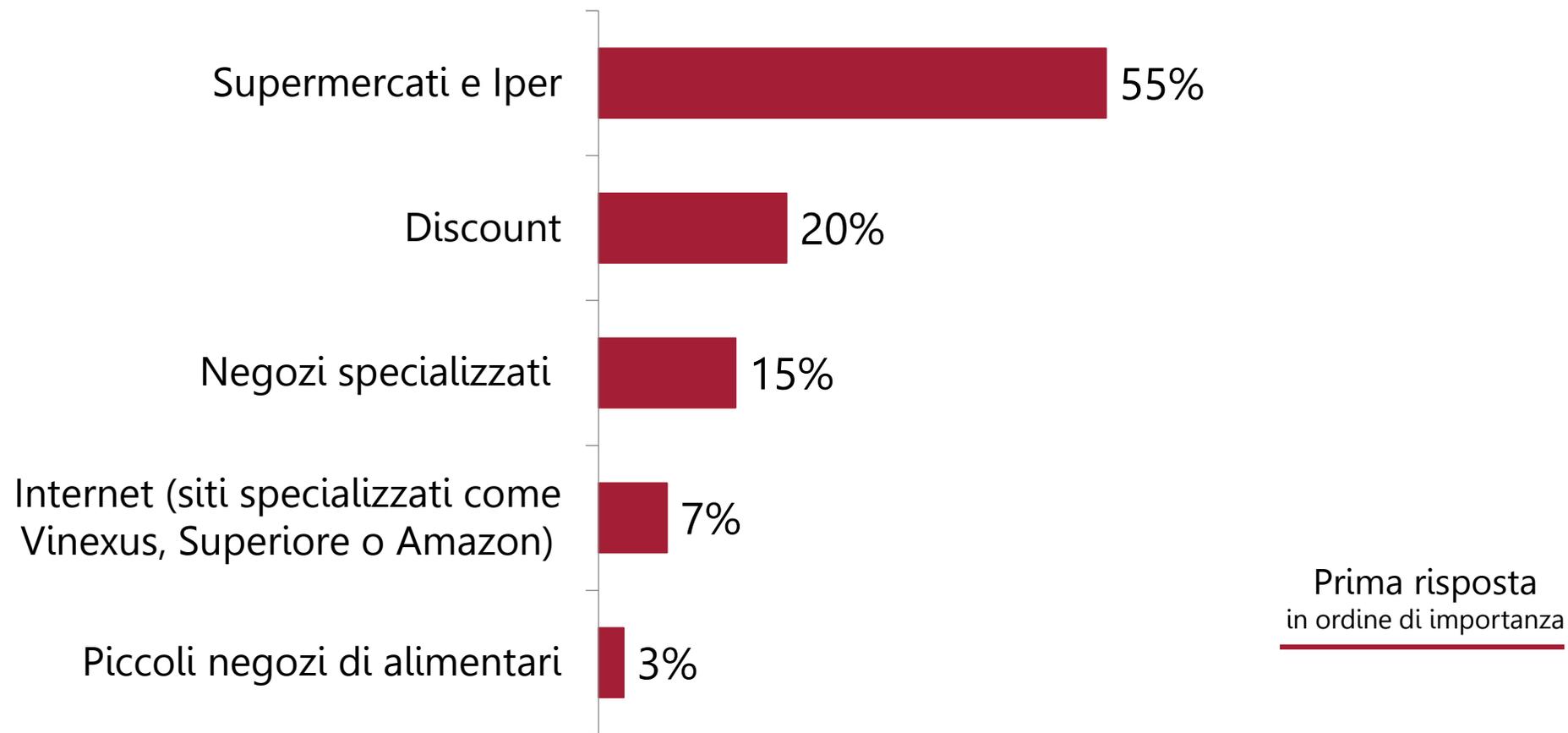
Prima risposta
in ordine di importanza



PROSECCO CONSUMPTION HABITS

CANALI DI ACQUISTO AT HOME

Dove acquista abitualmente il PROSECCO che consuma a casa?



PROSECCO CONSUMPTION HABITS MODALITÀ & OCCASIONI DI CONSUMO

Negli ultimi 12 mesi, ha bevuto soprattutto PROSECCO...

Risposta multipla

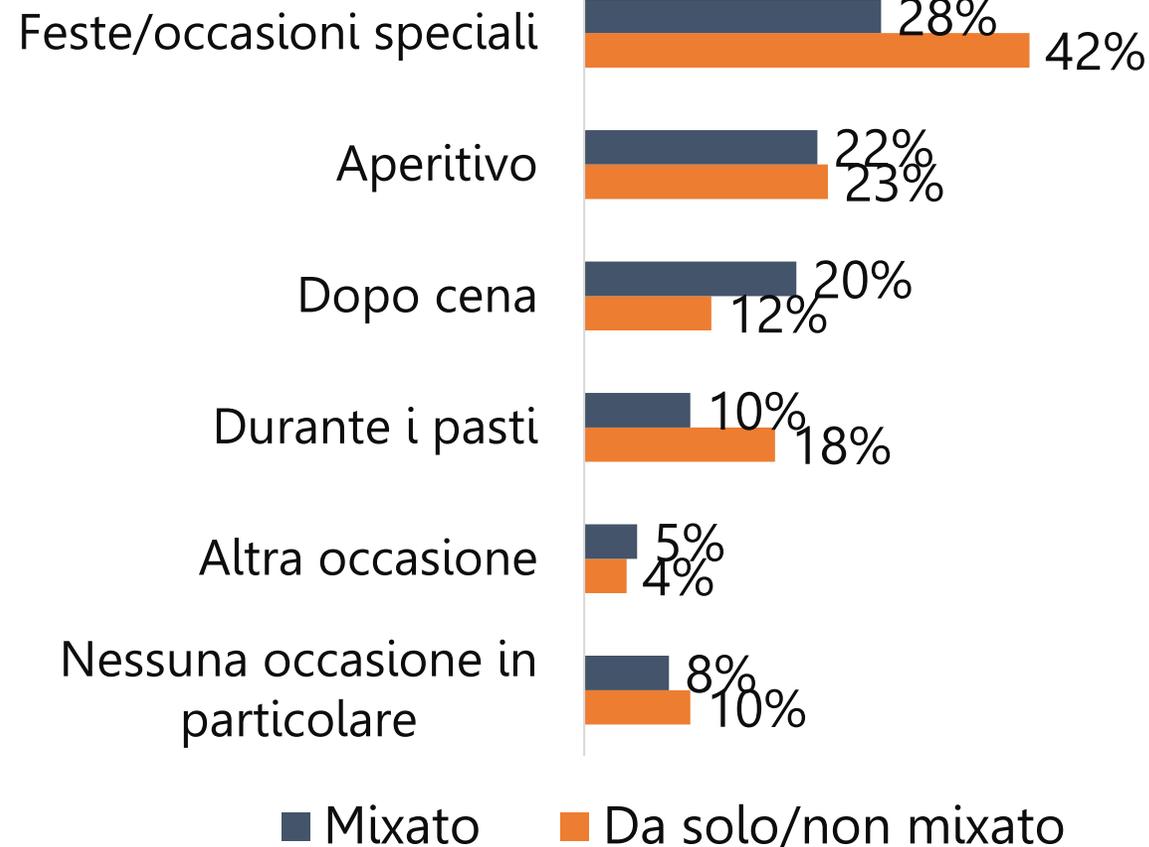


*In quale cocktail?**
I. *Aperol Spritz*
II. *Hugo*



*Risposte aperte riclassificate

Solitamente in quale occasione preferisce bere PROSECCO?

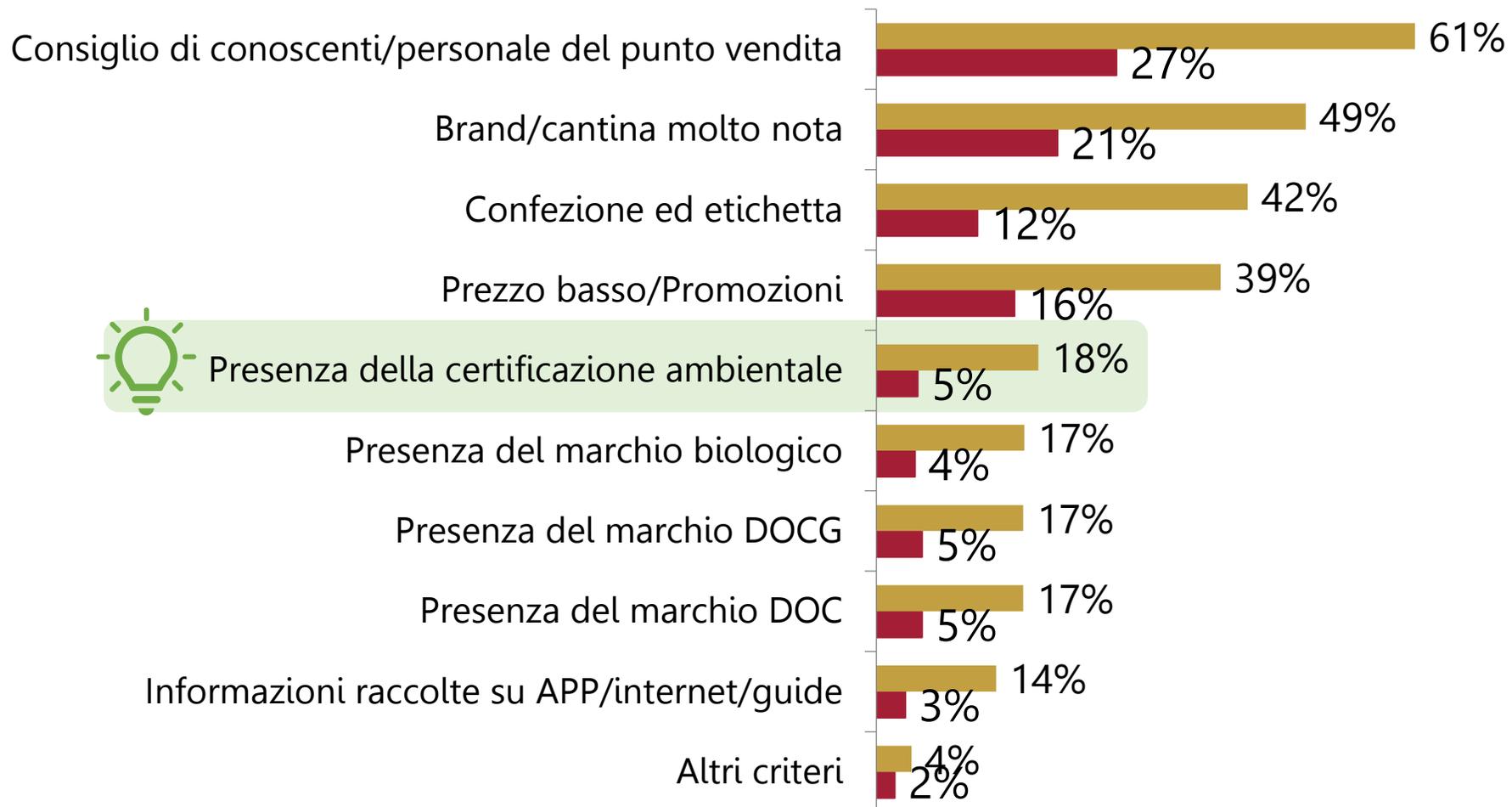


% calcolate su chi consuma PROSECCO

PROSECCO CONSUMPTION HABITS

KEY BUYING FACTORS

In generale quando acquista il PROSECCO sceglie soprattutto in base a...



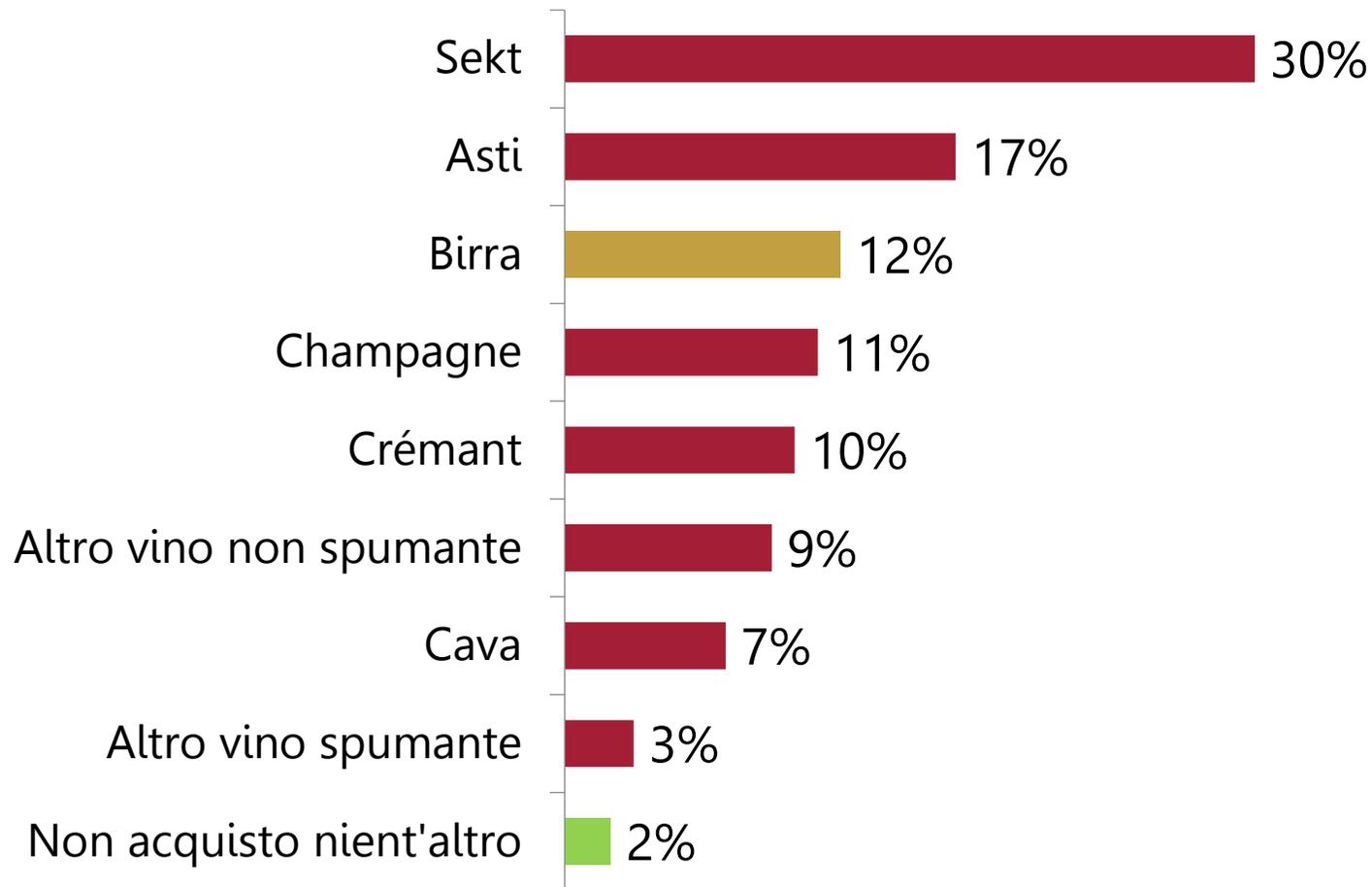
MULTIPLA

PRIMA RISPOSTA



PROSECCO CONSUMPTION HABITS COMPETITIVE SET

Se nei negozi/ristoranti/altri locali non trova il PROSECCO, quale altro prodotto acquista/ordina?



Prima risposta
in ordine di
importanza



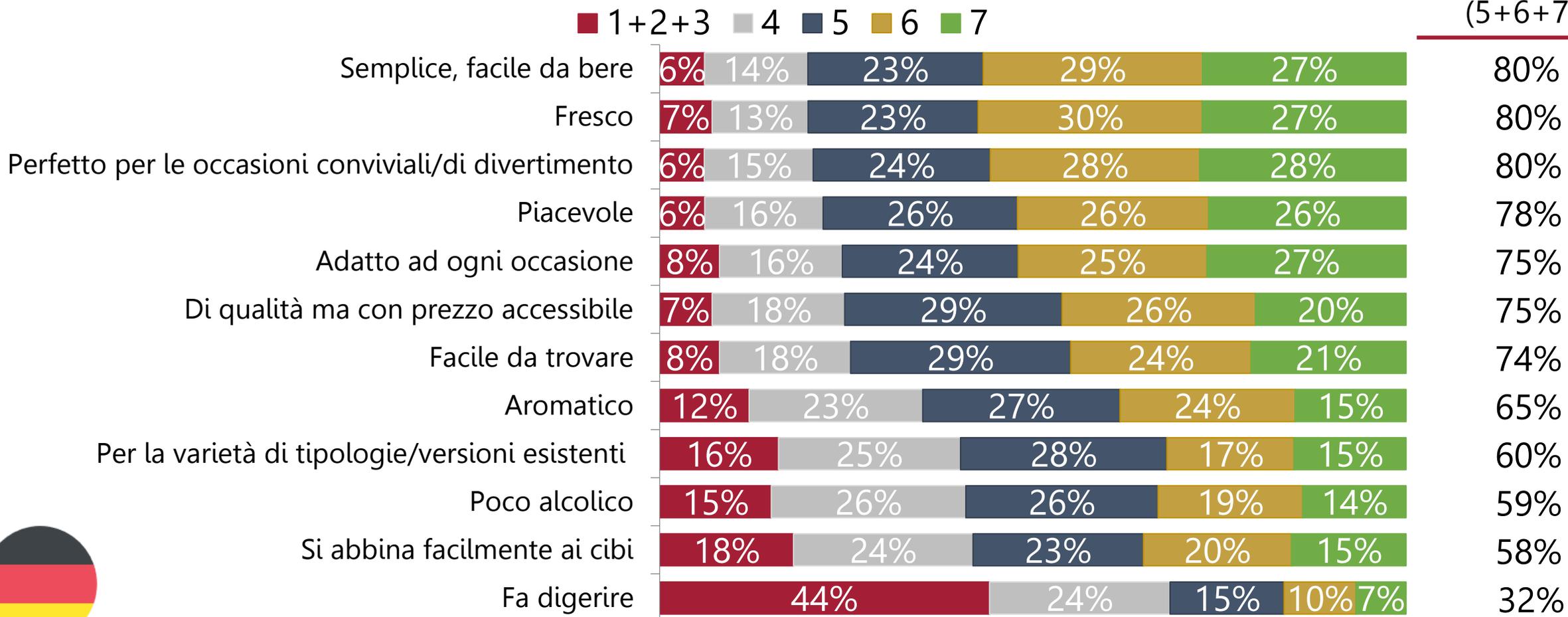
PROSECCO CONSUMPTION HABITS

MOTIVI DEL CONSUMO

Perché beve PROSECCO?

Su una scala da 1 a 7 dove 1=Per niente d'accordo e 7= Totalmente d'accordo

% di chi è d'accordo
(5+6+7)



CHI NON CONSUMA PROSECCO MOTIVI E DRIVER AL POTENZIALE ACQUISTO

Pop 18-65 che **non consuma** Prosecco **62%**

Per quale motivo, negli ultimi 12 mesi, in casa o in bar/ristoranti/altri locali, **NON** ha bevuto PROSECCO?



Rotkäppchen

*Risposte aperte riclassificate

Quali di questi fattori potrebbero motivarla ad acquistare il PROSECCO?

RISPOSTA MULTIPLA



27%
Indica
«Nessun fattore»

RISPOSTA
MULTIPLA

% calcolate su chi conosce ma non consuma PROSECCO

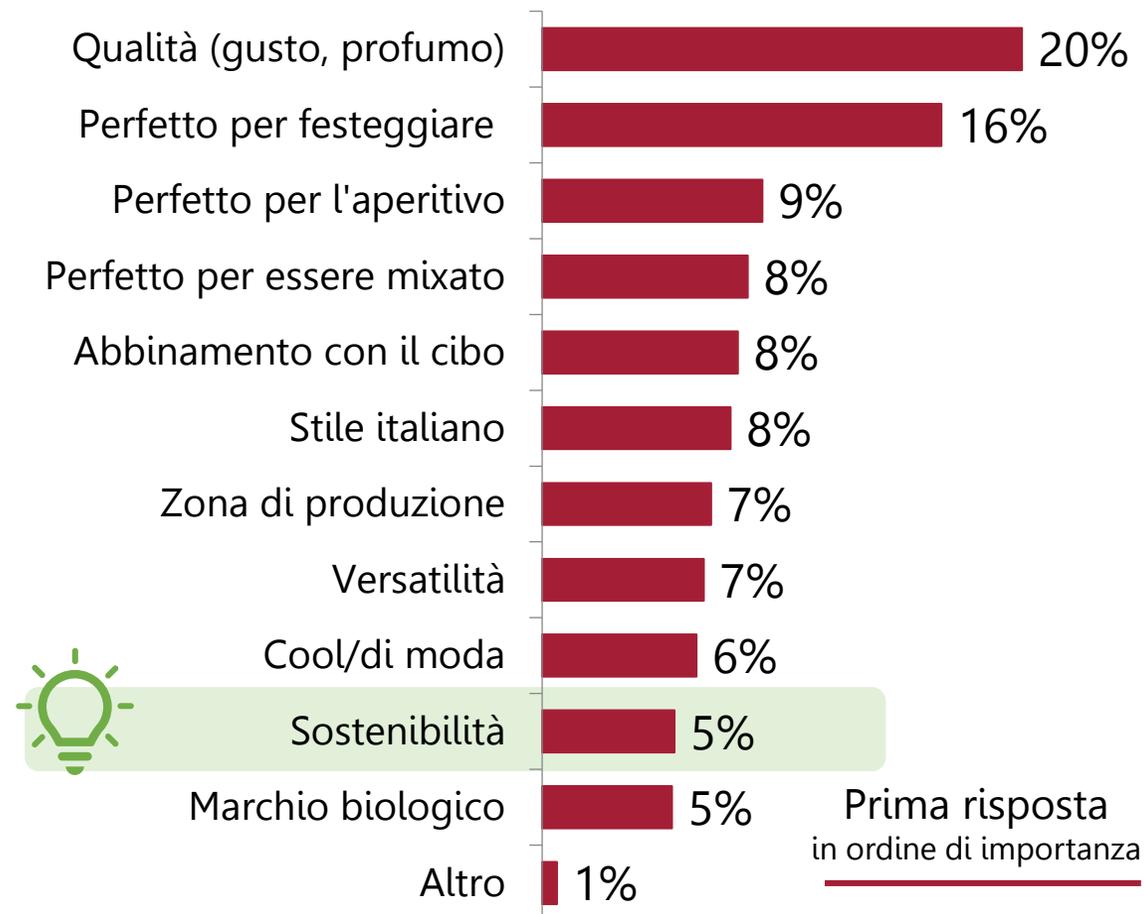
CANALI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Attraverso quali canali/strumenti vorrebbe conoscere meglio il PROSECCO?



% calcolate su chi consuma SPARKLING

Secondo Lei su quali valori/immagini dovrebbe puntare il PROSECCO per comunicare i suoi attributi distintivi?



% calcolate su chi conosce/consuma PROSECCO



IMPATTO DEL COVID-19

CONSUMER SURVEY



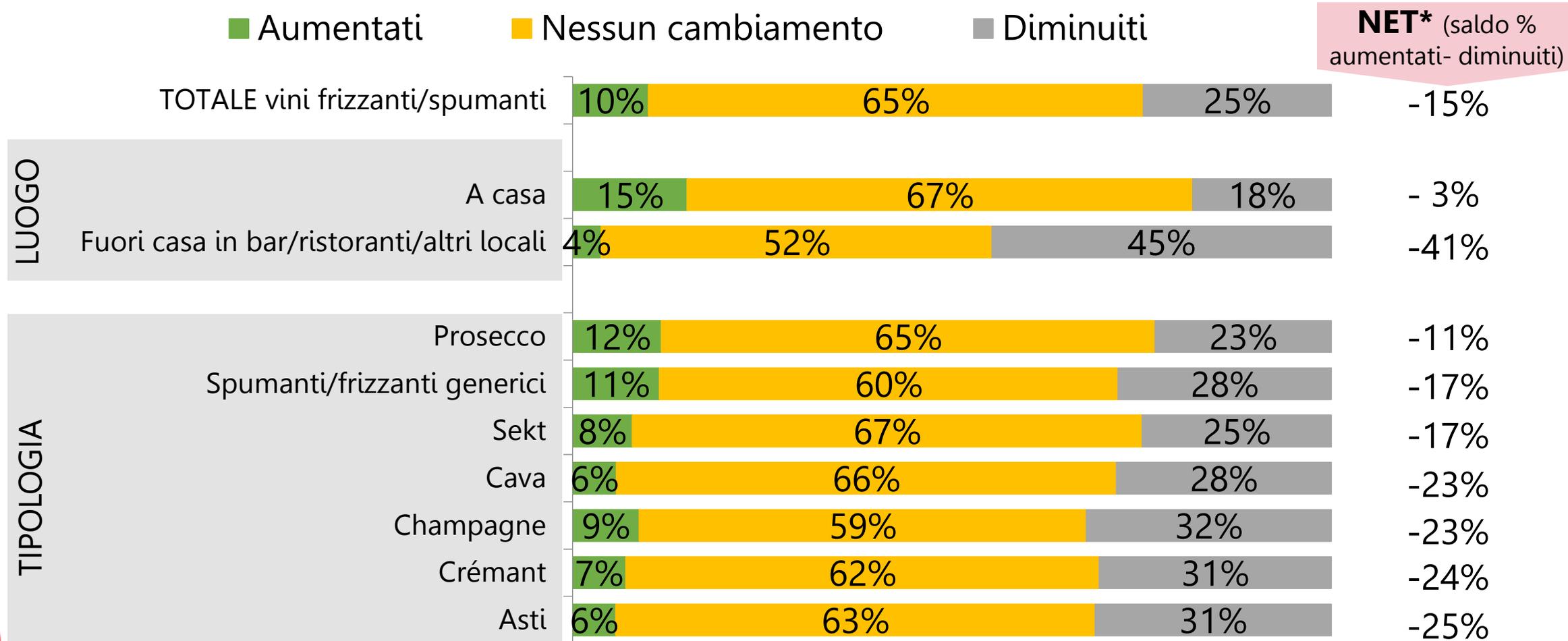
3

.CONSUMI SPARKLING E PROSECCO
NEL 2020
.MOTIVI RIDUZIONE DEL CONSUMO

CONSUMI SPARKLING 2020

TREND LUOGHI & TIPOLOGIE

Rispetto al 2019, nel 2020 come sono cambiati i suoi consumi di VINI SPUMANTI/FRIZZANTI?



*Il NET, saldo % tra chi dichiara di aver aumentato i consumi e chi dichiara di averli ridotti, va letto in chiave qualitativa e non misura l'effettiva variazione dei consumi in termini quantitativi (volumi).

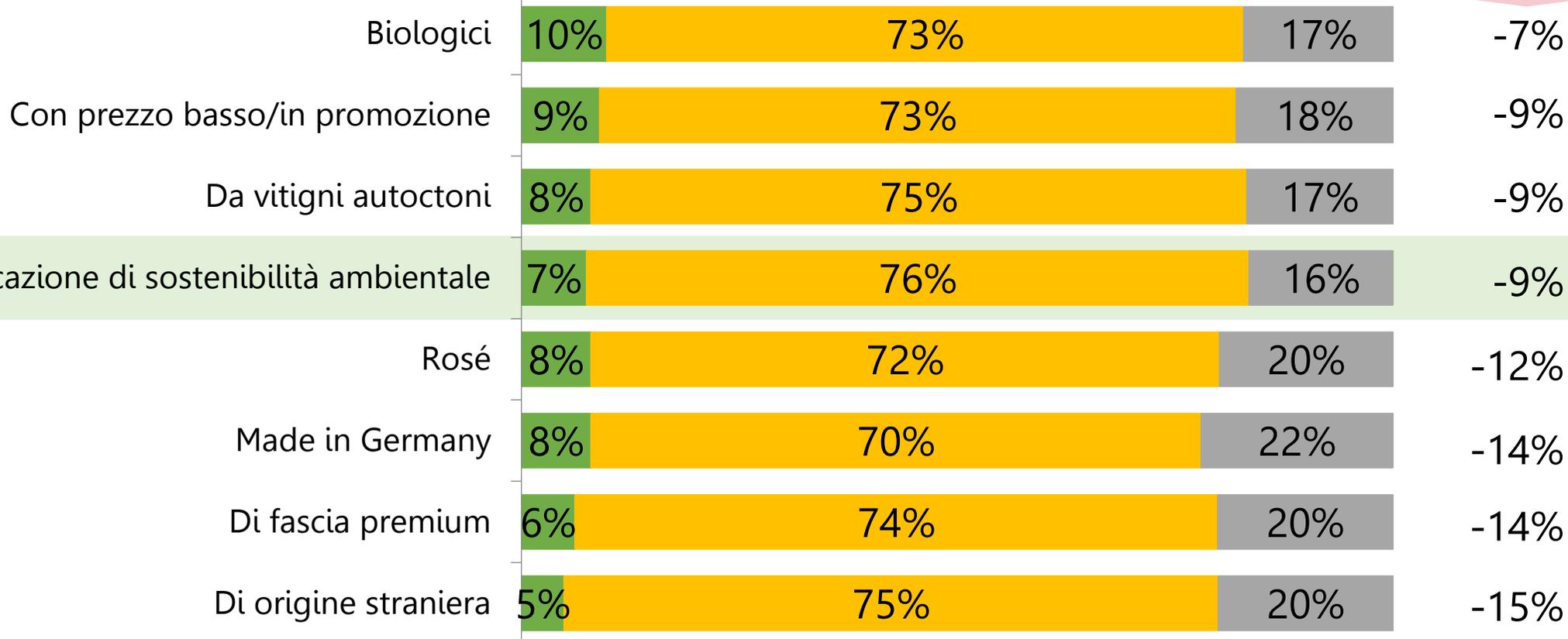
CONSUMI SPARKLING 2020

TREND DRIVER DI ACQUISTO

Rispetto al 2019, nel 2020 come sono cambiati i suoi consumi di VINI SPUMANTI/FRIZZANTI?

■ Aumentati ■ Nessun cambiamento ■ Diminuiti

NET* (saldo % aumentati- diminuiti)



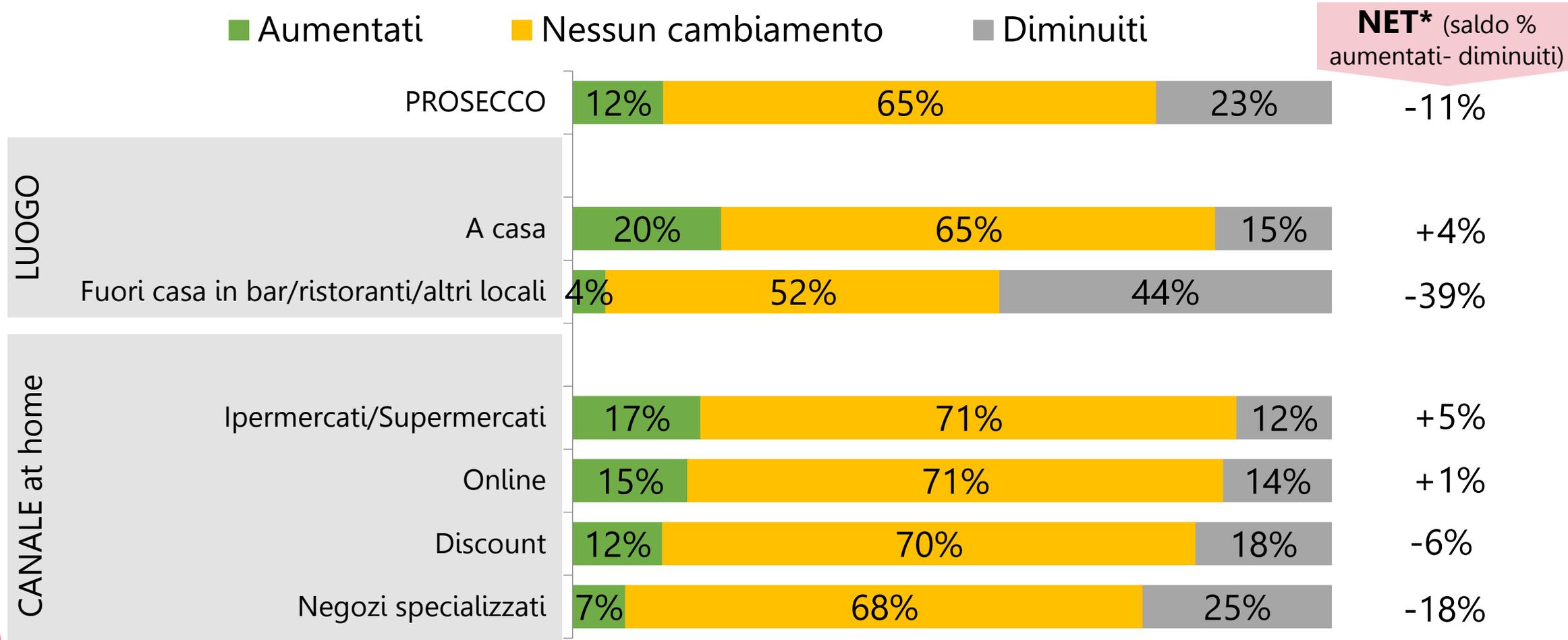
*Il NET, saldo % tra chi dichiara di aver aumentato i consumi e chi dichiara di averli ridotti, va letto in chiave qualitativa e non misura l'effettiva variazione dei consumi in termini quantitativi (volumi).



CONSUMI PROSECCO 2020

TREND LUOGHI & CANALI DI ACQUISTO

Rispetto al 2019, nel 2020 come sono cambiati i suoi consumi/acquisti di PROSECCO?



*Il NET, saldo % tra chi dichiara di aver aumentato i consumi e chi dichiara di averli ridotti, va letto in chiave qualitativa e non misura l'effettiva variazione dei consumi in termini quantitativi (volumi).

CONSUMI PROSECCO 2020

MOTIVI DI CHI HA RIDOTTO IL CONSUMO

Perché nel 2020 ha DIMINUITO il consumo di Prosecco rispetto al 2019?

Ha **diminuito** il consumo di Prosecco rispetto al 2019
23%



FORECAST E NUOVI TREND DI CONSUMO

CONSUMER SURVEY



4

- .CONSUMI SPARKLING E PROSECCO
(PREVISIONI 2021)
- .DRIVER AL POTENZIALE CONSUMO
- .PROSECCO ROSÉ: INTERESSE
POTENZIALE & PERCEPTION

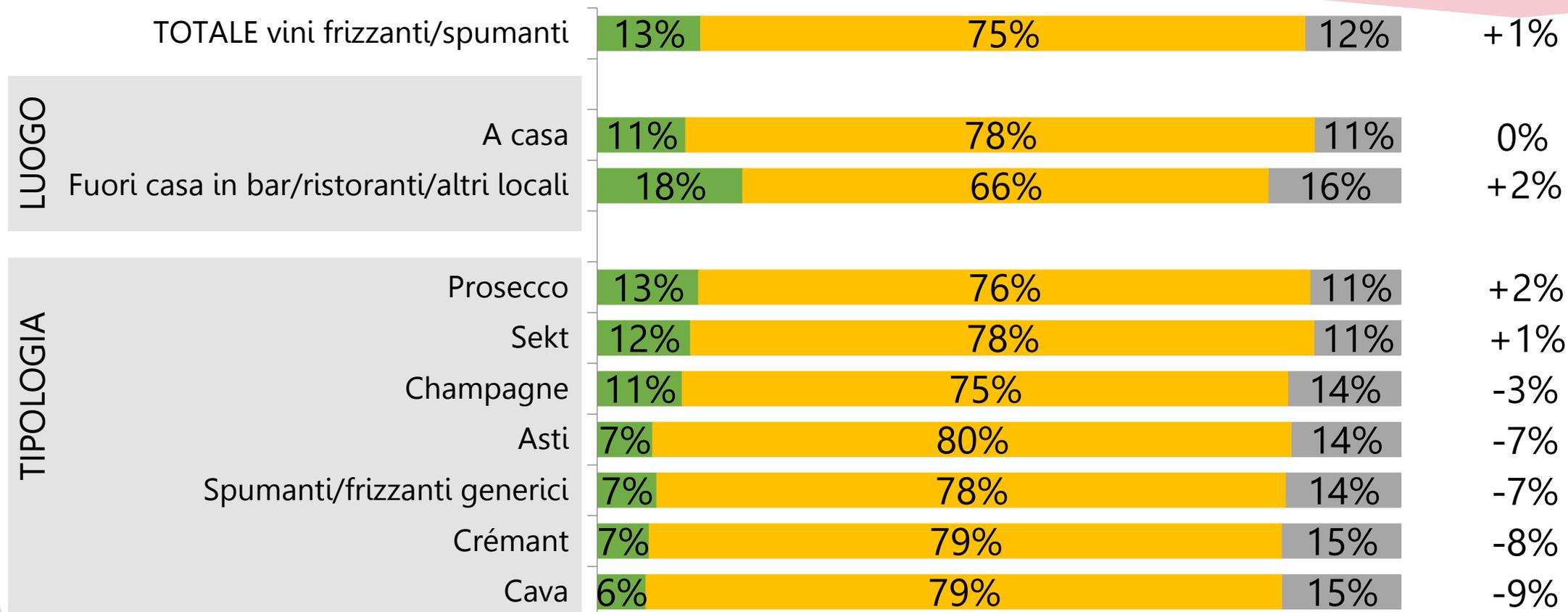
CONSUMI SPARKLING 2021

TREND LUOGHI & TIPOLOGIE

Rispetto ad oggi come pensa che cambieranno i Suoi consumi di VINI SPUMANTI/FRIZZANTI tra un anno?

■ Aumenteranno ■ Nessun cambiamento ■ Diminuiranno

NET* (saldo %
aumenteranno - diminuiranno)



*Il NET, saldo % tra chi dichiara che aumenterà i consumi e chi dichiara che il ridurrà, va letto in chiave qualitativa e non misura l'effettiva variazione dei consumi in termini quantitativi (volumi).

CONSUMI SPARKLING 2021

TREND DRIVER DI ACQUISTO

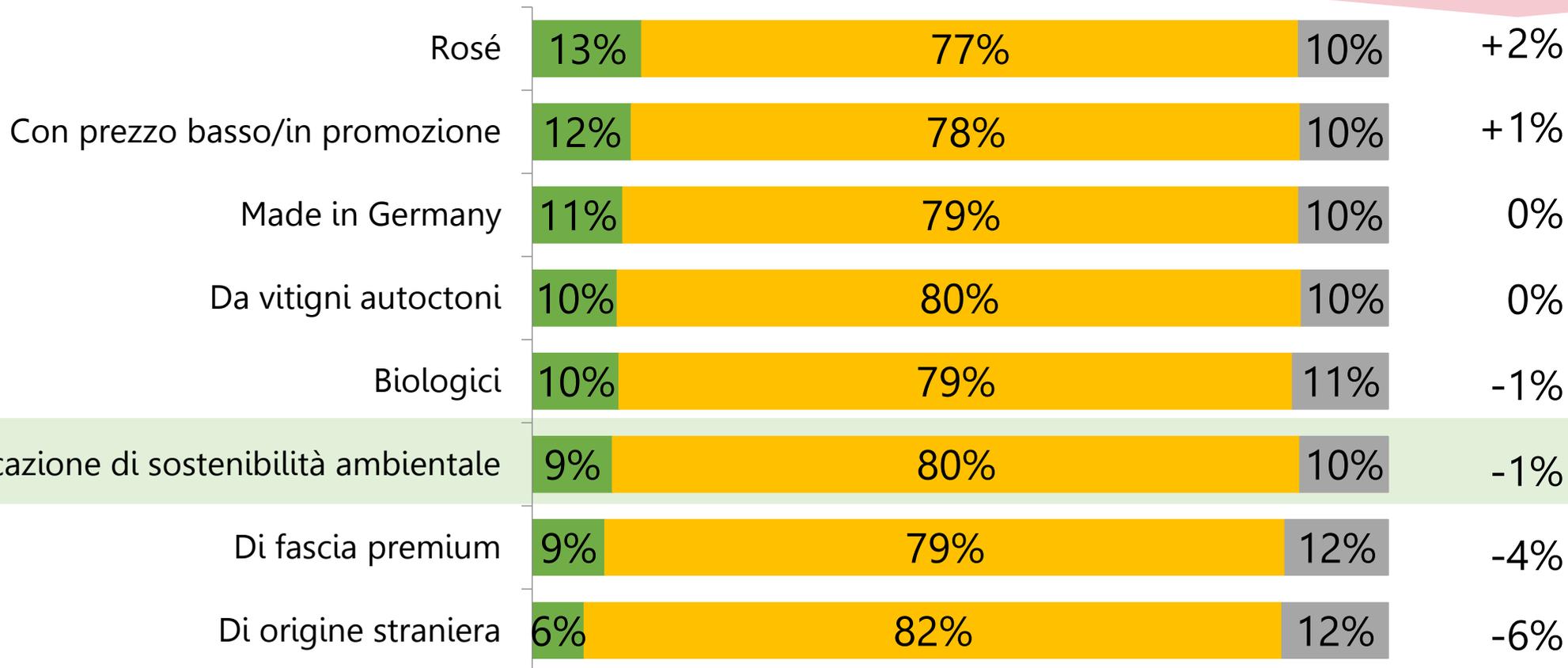
Rispetto ad oggi come pensa che cambieranno i Suoi consumi di VINI SPUMANTI/FRIZZANTI tra un anno?

■ Aumenteranno

■ Nessun cambiamento

■ Diminuiranno

NET* (saldo %
aumenteranno - diminuiranno)



Con certificazione di sostenibilità ambientale



*Il NET, saldo % tra chi dichiara che aumenterà i consumi e chi dichiara che il ridurrà, va letto in chiave qualitativa e non misura l'effettiva variazione dei consumi in termini quantitativi (volumi).

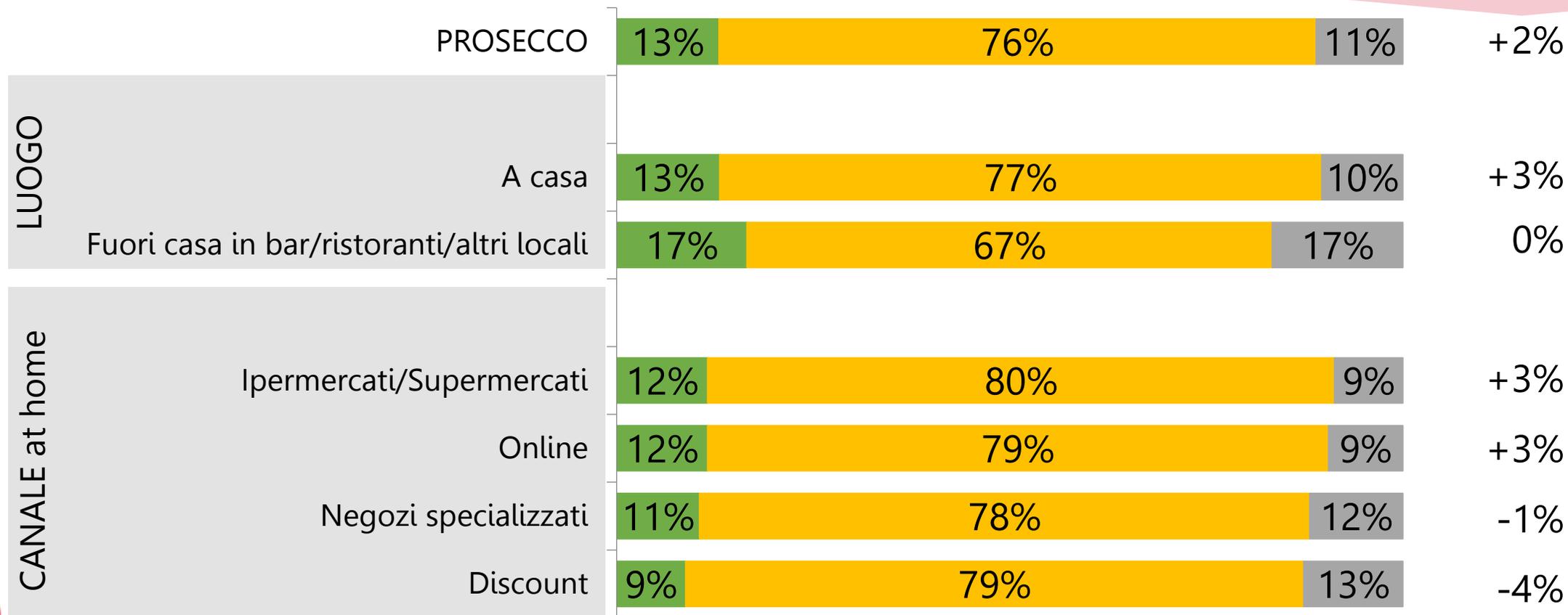
CONSUMI PROSECCO 2021

TREND LUOGHI & CANALI DI ACQUISTO

Rispetto ad oggi come pensa che cambieranno i Suoi consumi/acquisti di PROSECCO tra un anno?

■ Aumenteranno ■ Nessun cambiamento ■ Diminuiranno

NET* (saldo %
aumenteranno - diminuiranno)



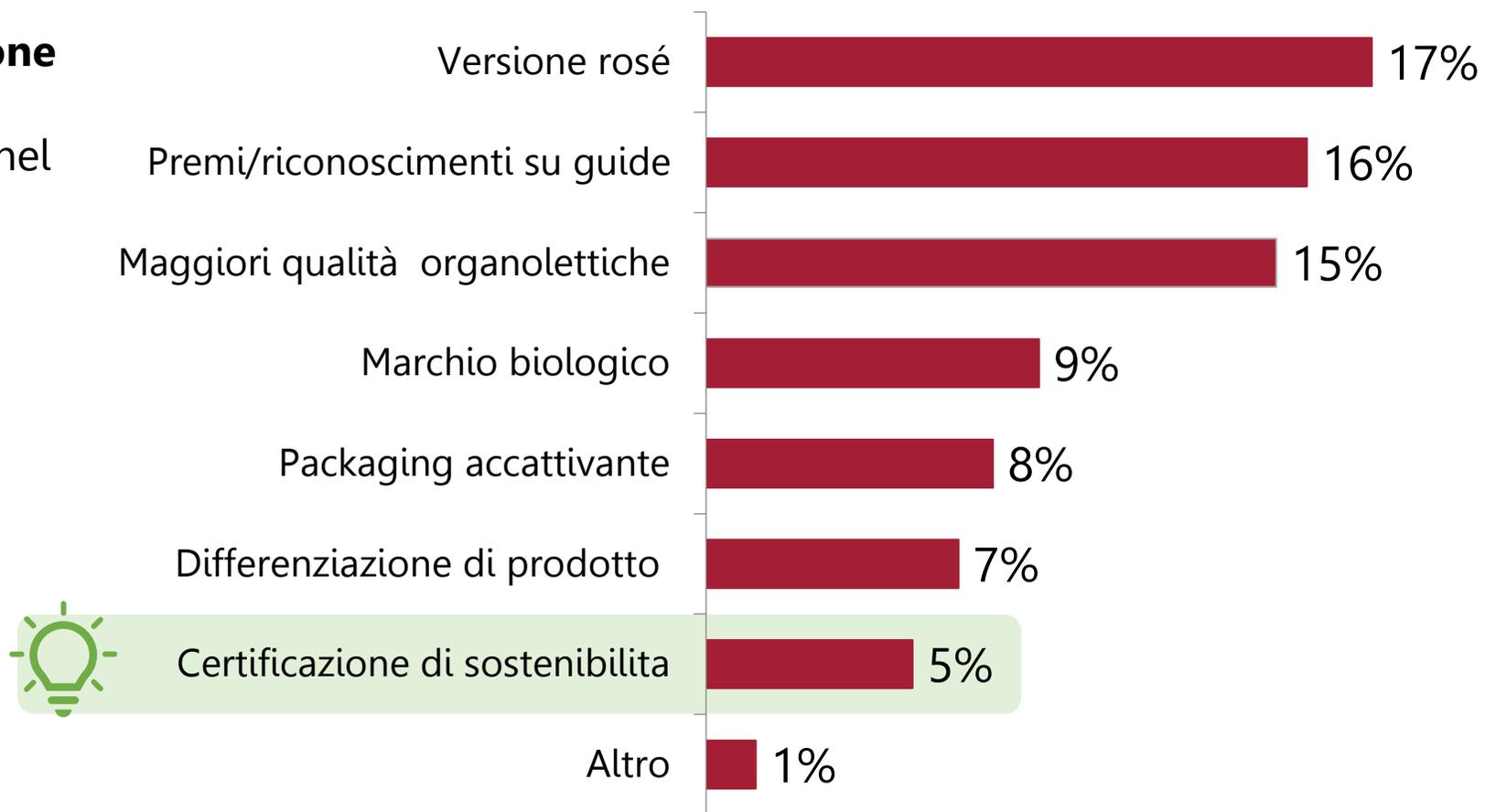
*Il NET, saldo % tra chi dichiara che aumenterà i consumi e chi dichiara che il ridurrà, va letto in chiave qualitativa e non misura l'effettiva variazione dei consumi in termini quantitativi (volumi).

CONSUMI PROSECCO 2021

DRIVER AL POTENZIALE CONSUMO

Quali fattori potrebbero motivarla a consumare/aumentare il consumo di Prosecco tra un anno?

Prevede **riduzione**
o **nessun**
cambiamento nel
consumo di
Prosecco
87%



Prima risposta
in ordine di
importanza

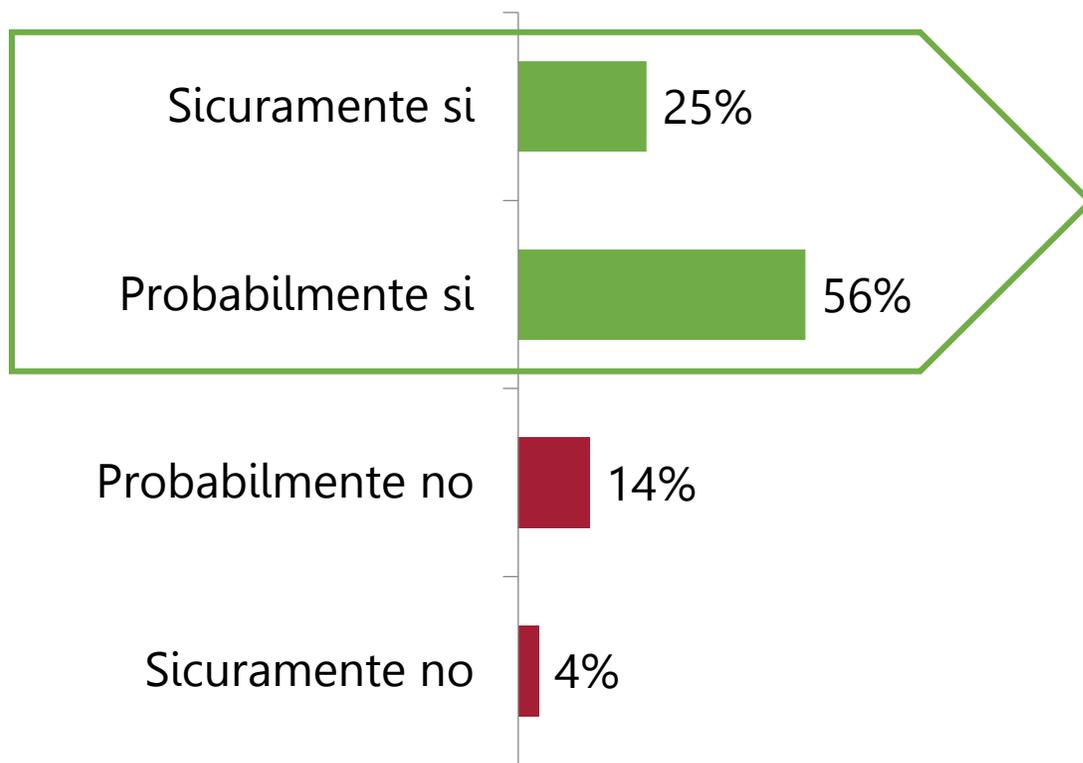
23%
Indica
«Nessun fattore»



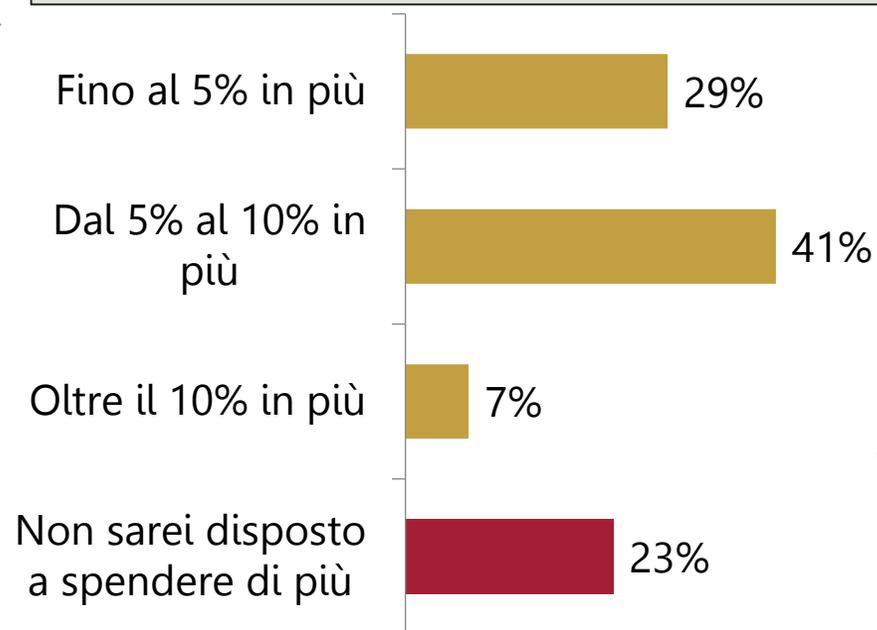
PROSECCO ROSÉ

INTERESSE POTENZIALE & WILLINGNESS TO PAY

Nei prossimi mesi il PROSECCO ROSÉ sarà in commercio. Nel caso in cui trovasse il PROSECCO ROSÉ sugli scaffali dei punti vendita o nei ristoranti/locali che frequenta abitualmente sarebbe interessato ad acquistarlo?



Quanto sarebbe disposto a spendere per una bottiglia di PROSECCO ROSÉ rispetto alla bottiglia di PROSECCO che compra solitamente?

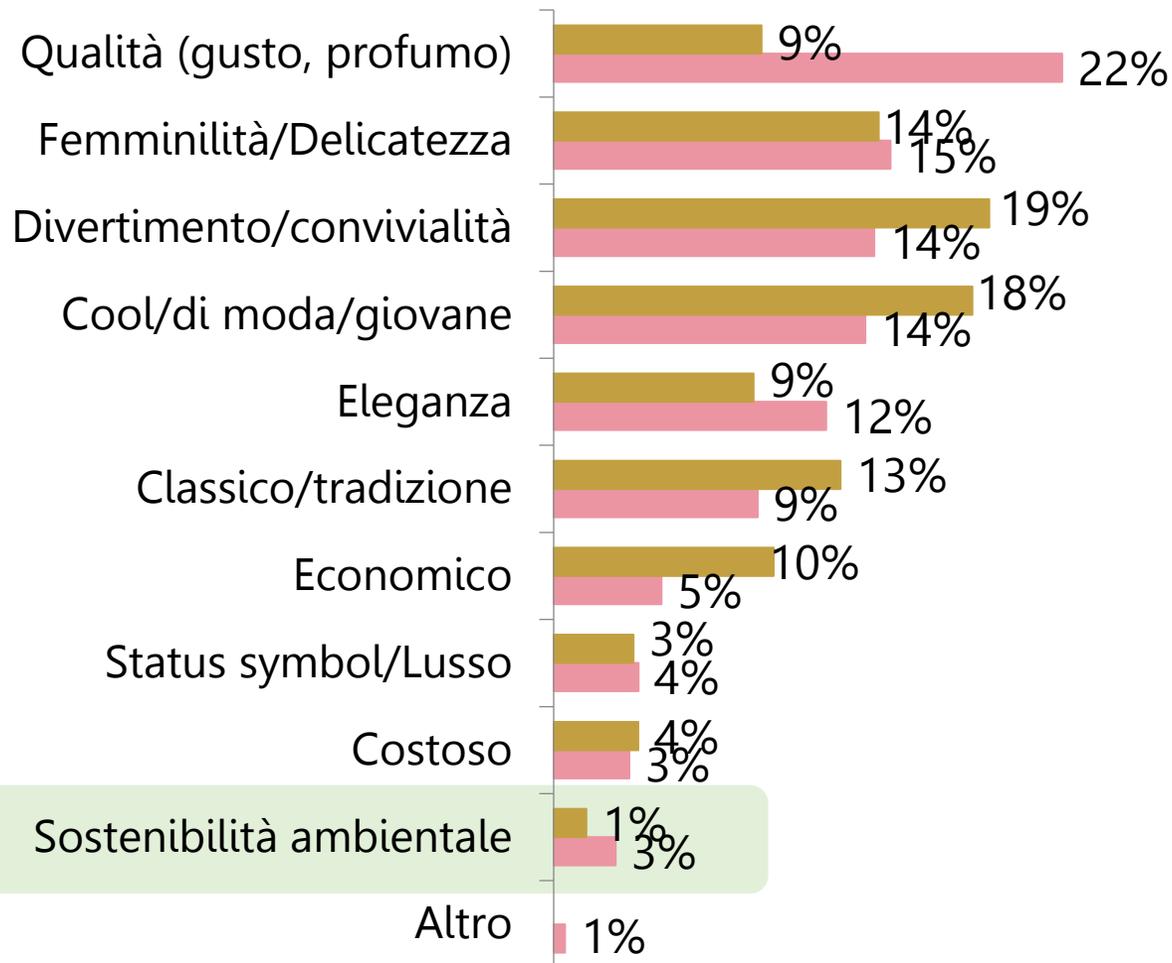


WTP
5,7 €
VS 5,4 € PROSECCO



PROSECCO ROSÉ PERCEPTION VS PROSECCO

Pensando al PROSECCO ROSÉ tra queste, quali sono le situazioni/immagini che per prime le vengono in mente?



■ Prosecco
■ Prosecco Rosé

PROSECCO ROSÉ

- 1° Qualità
- 2° Femminilità
- 3° Divertimento

PROSECCO

- 1° Divertimento
- 2° Cool
- 3° Femminilità

Prima risposta
in ordine di
importanza





OPPORTUNITIES PROSECCO ROSÉ

1 «Versione rosé» è al **QUARTO POSTO** tra i fattori che spingerebbero un non user a consumare il Prosecco



è il **PRIMO FATTORE** che spingerebbe uno user di Prosecco ad **AUMENTARNE** il consumo nel 2021

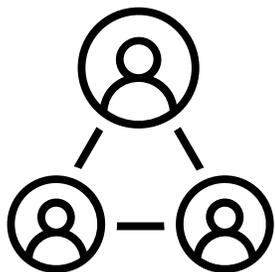


3 Interesse potenziale e **WTP** sono elevati:

81% lo acquisterebbe
77% è disposto a spendere di più per averlo

4 Gode di un'**ottima percezione**:
22% lo associa alla **QUALITÀ**
(vs 9% Prosecco bianco)

5 I consumatori prevedono di **aumentare** il consumo di SPARKLING ROSÉ nel 2021
NET = +2%



DENIS PANTINI

Responsabile Wine Monitor
denis.pantini@nomisma.it
T. +39 051 6483188



EMANUELE DI FAUSTINO

Project Manager Wine Monitor
emanuele.difaustino@nomisma.it
T. +39 051 6483170

ELISA GRASSO

Senior Market Analyst Wine Monitor
elisa.grasso@nomisma.it
T. +39 051 6483134