

# IL PROSECCO SUL MERCATO CINESE: STATUS E PROSPETTIVE DI SVILUPPO

---

CONSUMER SURVEY **CINA**

**21 DICEMBRE 2020**





## OBIETTIVI

- Tasso di penetrazione dei vini e posizionamento dei vini italiani
- Sparkling: tasso di penetrazione, perception, occasioni di consumo, desiderata e motivi di chi non li consuma
- Spumanti più consumati e posizionamento del PROSECCO vs competitors
- PROSECCO: perception, occasioni di consumo e reputation
- PROSECCO: motivi di chi non lo consuma e driver al potenziale acquisto
- PROSECCO: strumenti di comunicazione più efficaci, interesse potenziale & willingness to pay
- Cambiamenti intervenuti nel consumo delle tipologie di vino nel 2020 (impatto Covid-19) e previsioni per il 2021

## METODOLOGIA

- QUESTIONARIO: strutturato a prevalente risposta chiusa
- SOMMINISTRAZIONE: metodo CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)
- NUMEROSITÀ CAMPIONARIA: 1.200 consumatori di vino
- POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO: URBAN UPPER-MIDDLE CLASS - popolazione 18-55 residente nelle principali città della Cina continentale (Pechino, Shanghai, Shenzhen e Guangzhou) con reddito mensile superiore a 10.000 CNY
- CRITERIO DI ELEGGIBILITÀ: ha consumato vino in almeno una occasione negli ultimi 12 mesi.

# VINO: DIFFUSIONE E MODELLO DI CONSUMO

CONSUMER SURVEY



# 1

.TASSO DI PENETRAZIONE  
.CONSUMPTION HABITS  
.RUOLO E PERCEZIONE DEI VINI  
ITALIANI VS COMPETITORS

# WINE CONSUMPTION HABITS

## TASSO DI PENETRAZIONE PER TIPOLOGIA

Popolazione 18-55 che, negli ultimi 12 mesi, ha avuto almeno una occasione di consumo di

**VINO FERMO**

Popolazione 18-55 che, negli ultimi 12 mesi, ha avuto almeno una occasione di consumo di

**VINO SPUMANTE**



**35%**

**ROSSO**  
**35%**

BIANCO  
29%



**18%**



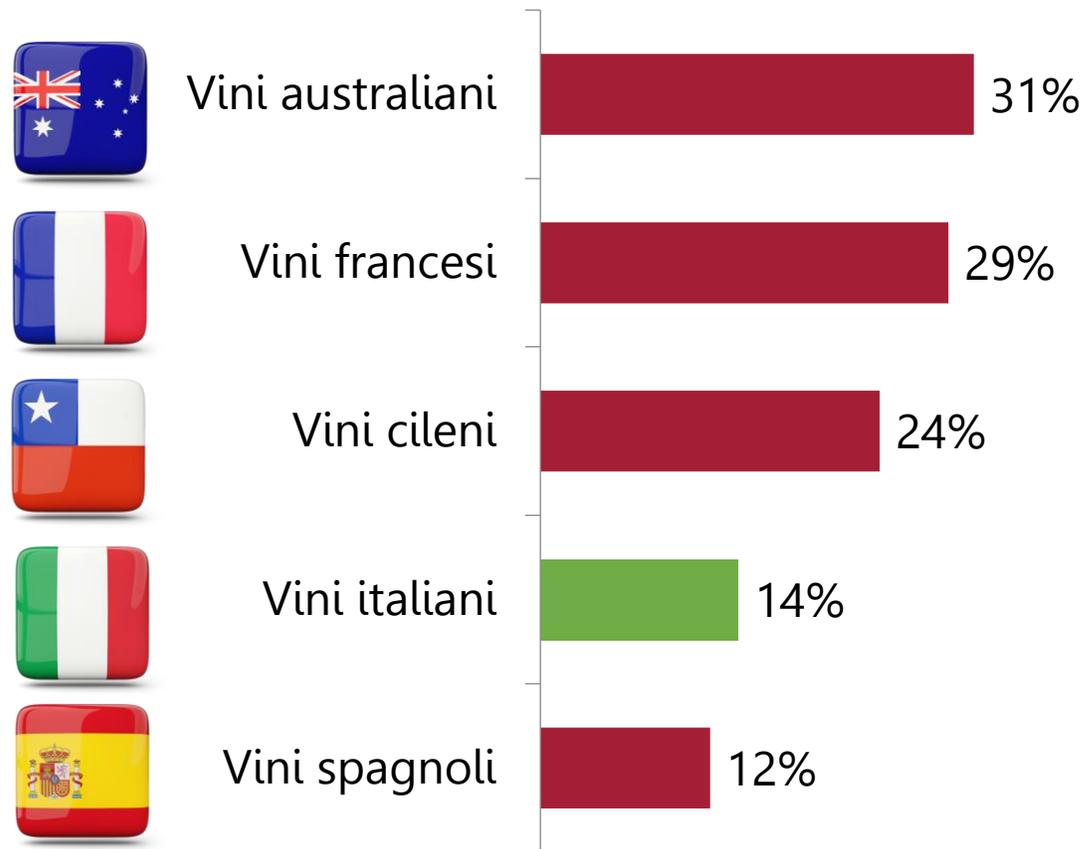
# WINE CONSUMPTION HABITS

## TASSO DI PENETRAZIONE PER ORIGINE

Popolazione 18-55 che, negli ultimi 12 mesi, ha avuto almeno una occasione di consumo di vino...



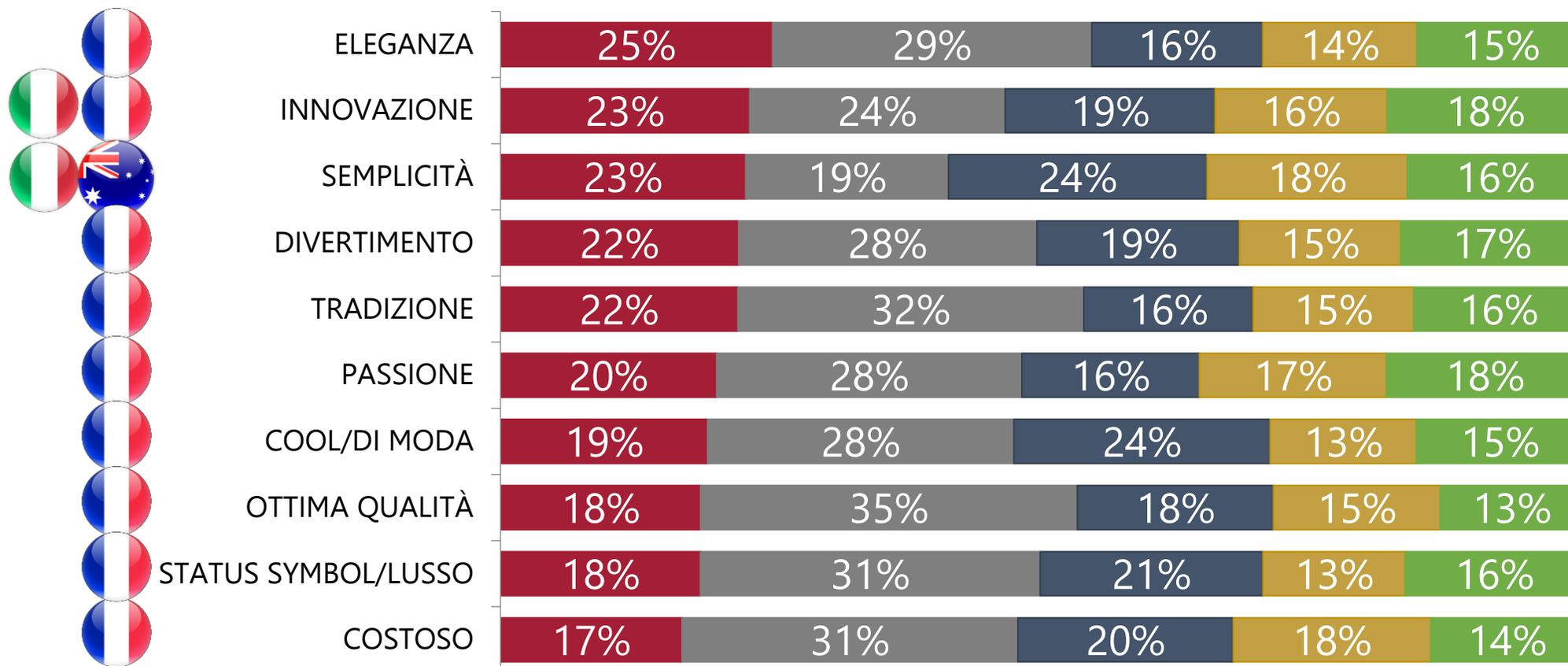
### TOP 5 IMPORTED WINE PIÙ CONSUMATI



# WINE CONSUMPTION HABITS COUNTRIES VALUE-PERCEPTION

A quale VINO STRANIERO associa i seguenti aggettivi/immagini?

■ ITALIANI ■ FRANCESI ■ AUSTRALIANI ■ CILENI ■ SPAGNOLI



# WINE CONSUMPTION HABITS

## LUOGHI DI CONSUMO AT HOME VS AWAY FROM HOME

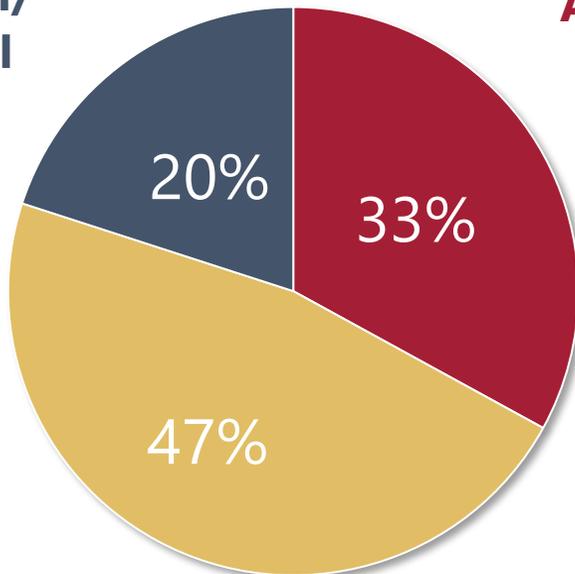
Negli ultimi 12 mesi, ha bevuto VINO DI UVA soprattutto...

PRIMA RISPOSTA

DA AMICI/  
PARENTI

AT HOME

AWAY  
FROM  
HOME



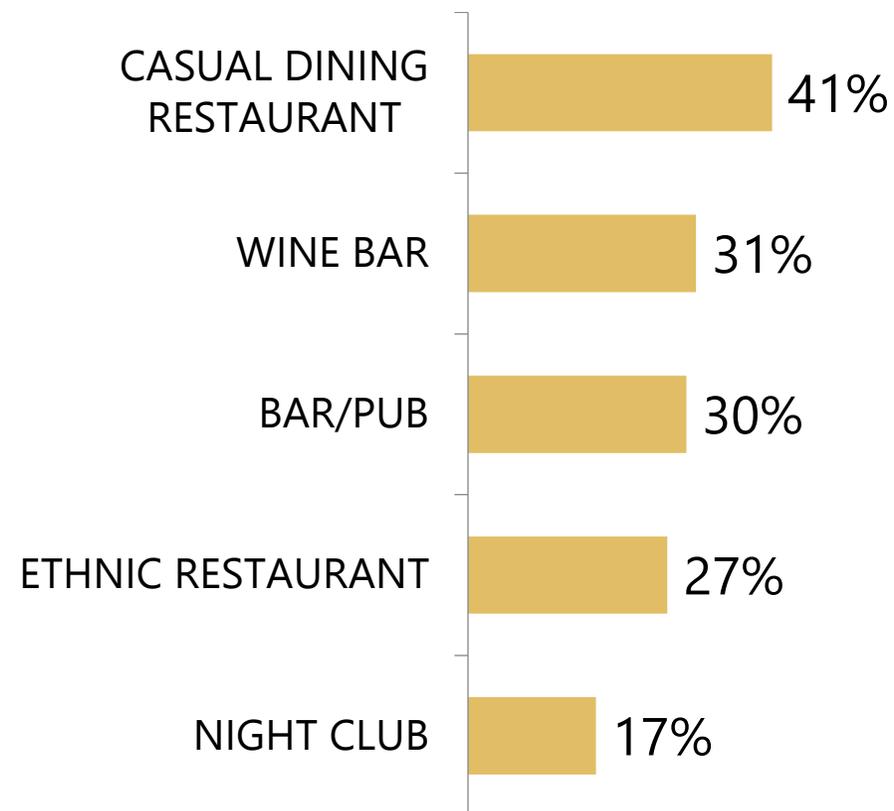
45%  
Acquista vini  
online



*% calcolate su chi consuma vino*

Dove consuma abitualmente il VINO DI UVA nelle occasioni fuori casa?

RISPOSTA MULTIPLA



*% calcolate su chi consuma VINO AFH*

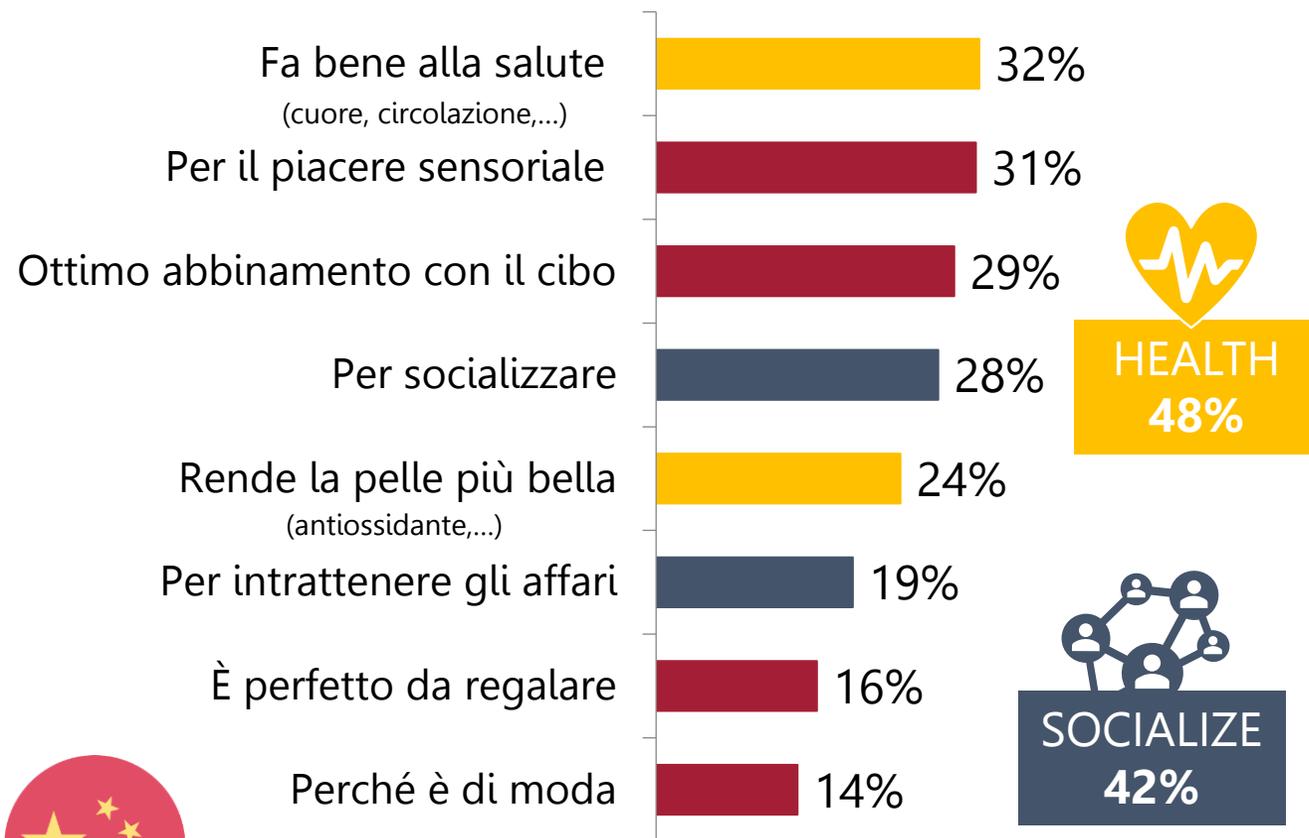


# WINE CONSUMPTION HABITS

## MOTIVI E OCCASIONI DI CONSUMO

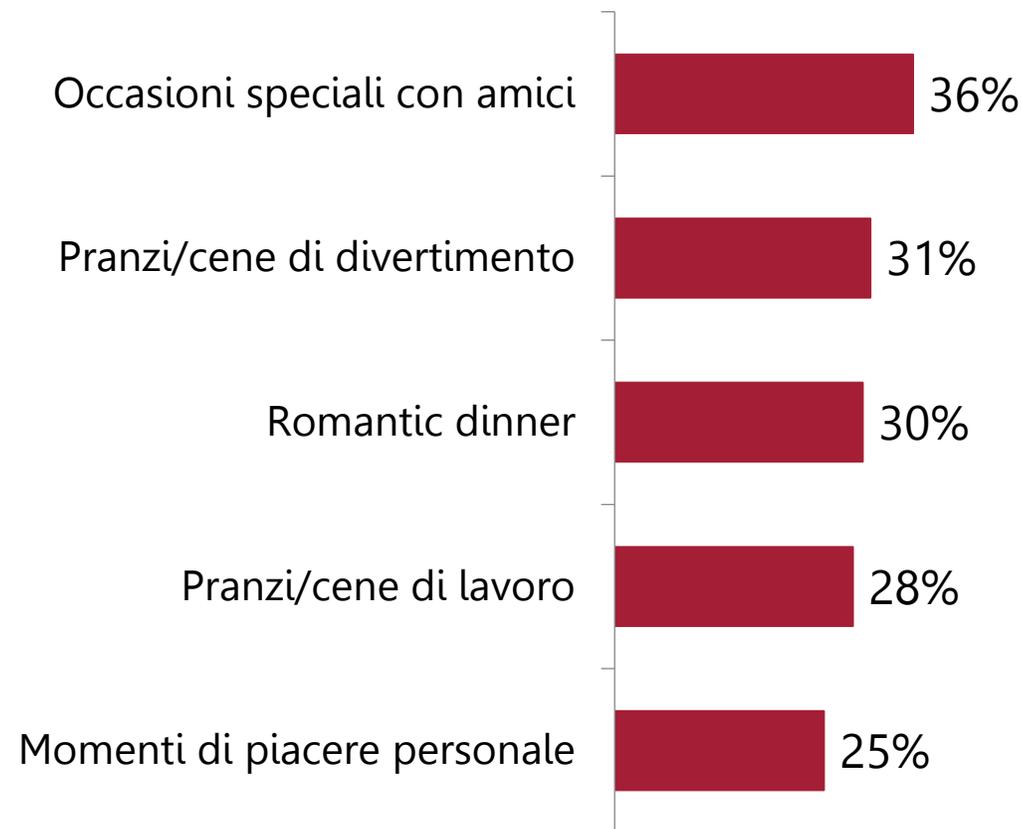
Quali sono i principali motivi che la spingono a consumare o acquistare VINO DI UVA?

RISPOSTA MULTIPLA



In quali delle seguenti occasioni solitamente beve VINO DI UVA?

RISPOSTA MULTIPLA, TOP 5



# WINE CONSUMPTION HABITS

## KEY BUYING FACTORS

Solitamente, con quali criteri sceglie il VINO DI UVA da acquistare/consumare?



**80%**

si informa sul vino attraverso il web



Certificazione di sostenibilità/biologico

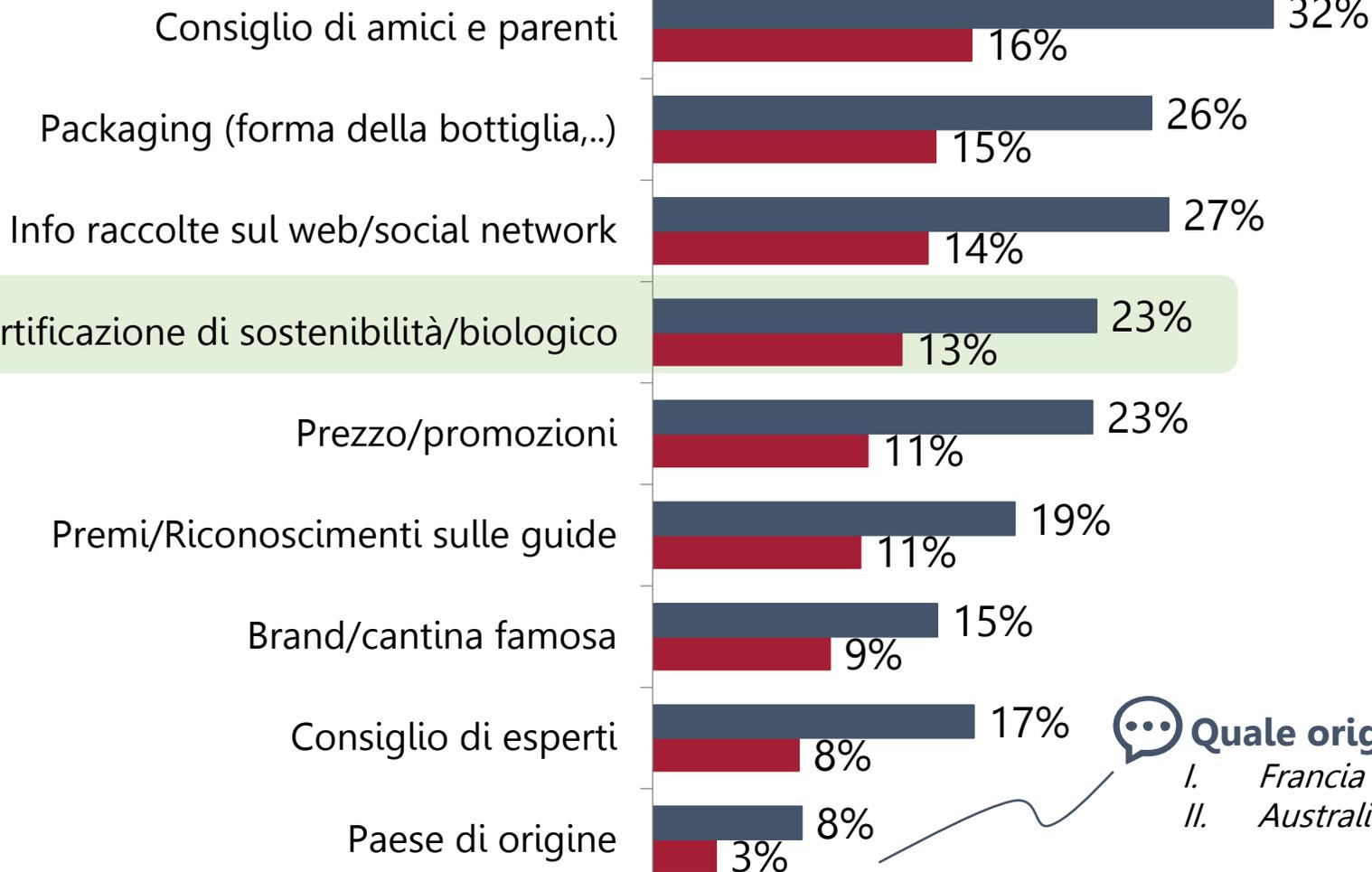


**66%**

segue i consigli di KOL



\*Risposte aperte riclassificate



MULTIPLA

PRIMA RISPOSTA

Quale origine ricerca?\*

- I. Francia
- II. Australia

% calcolate su chi consuma vino

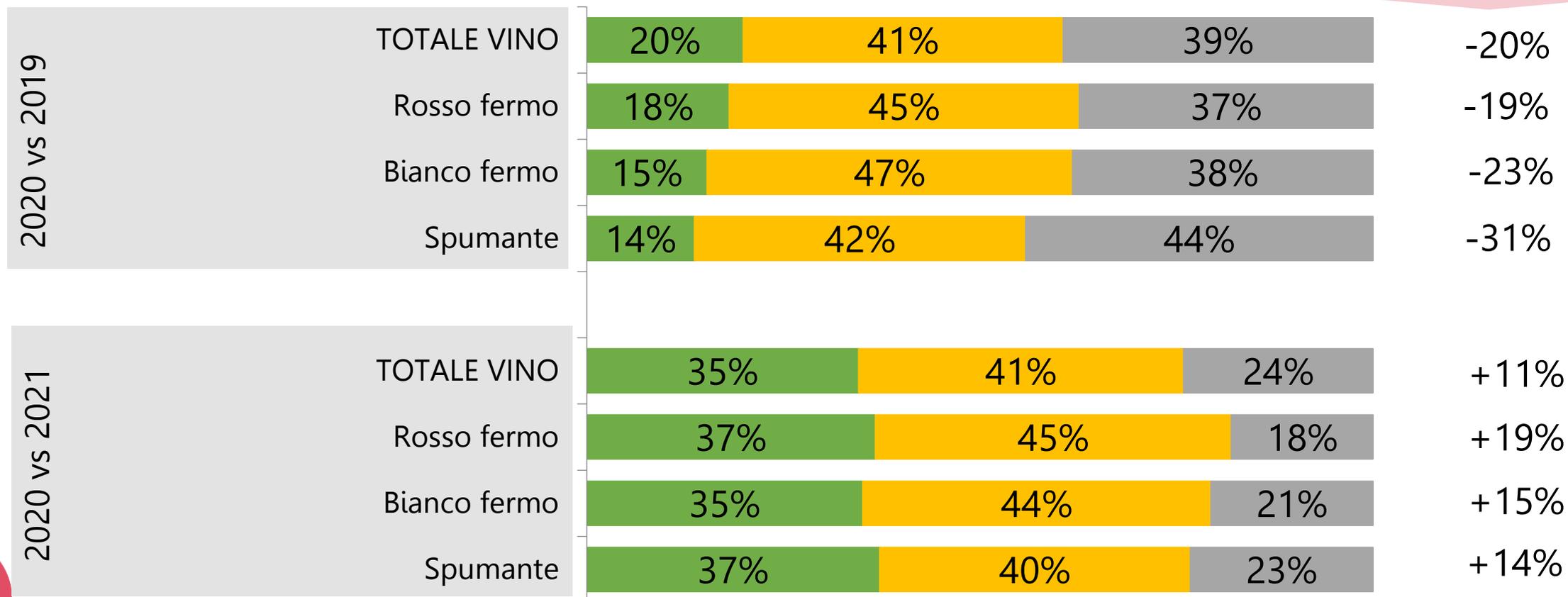
# WINE CONSUMPTION HABITS

## COVID IMPACT E PREVISIONI 2021

Rispetto ad oggi come sono cambiati/pensa che cambieranno i Suoi consumi di VINI DI UVA?

■ Aumento    ■ Nessun cambiamento    ■ Diminuzione

**NET\*** (saldo %  
aumento - diminuzione)



\*Il NET, saldo % tra chi dichiara che ha aumentato/aumenterà i consumi e chi dichiara che li ha diminuiti/diminuirà, va letto in chiave qualitativa e non misura l'effettiva variazione dei consumi in termini quantitativi (volumi).

# RUOLO DEGLI SPARKLING

CONSUMER SURVEY



# 2

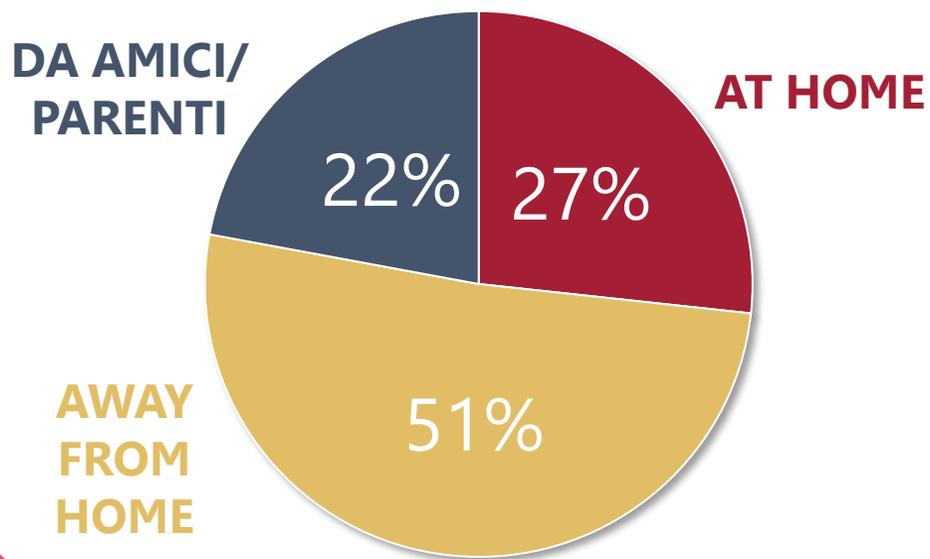
. CONSUMPTION HABITS  
. CARATTERISTICHE DESIDERATE  
. TREND FUTURI

# VINI SPARKLING CONSUMPTION HABITS

Pop 18-55 che ha consumato sparkling negli ultimi 12 mesi

**18%**

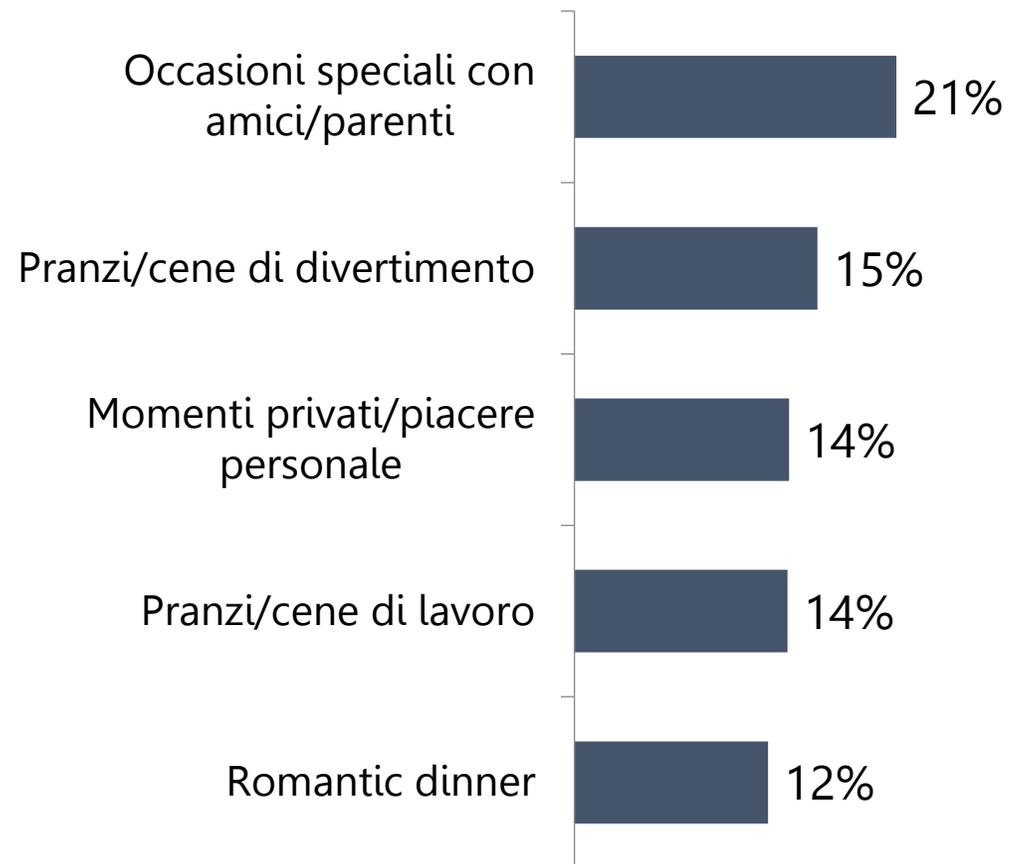
Negli ultimi 12 mesi, ha bevuto VINO SPUMANTE soprattutto...



*% calcolate su chi consuma vino spumante*

Secondo Lei, il VINO SPUMANTE è adatto soprattutto per..

**PRIMA RISPOSTA, TOP 5**



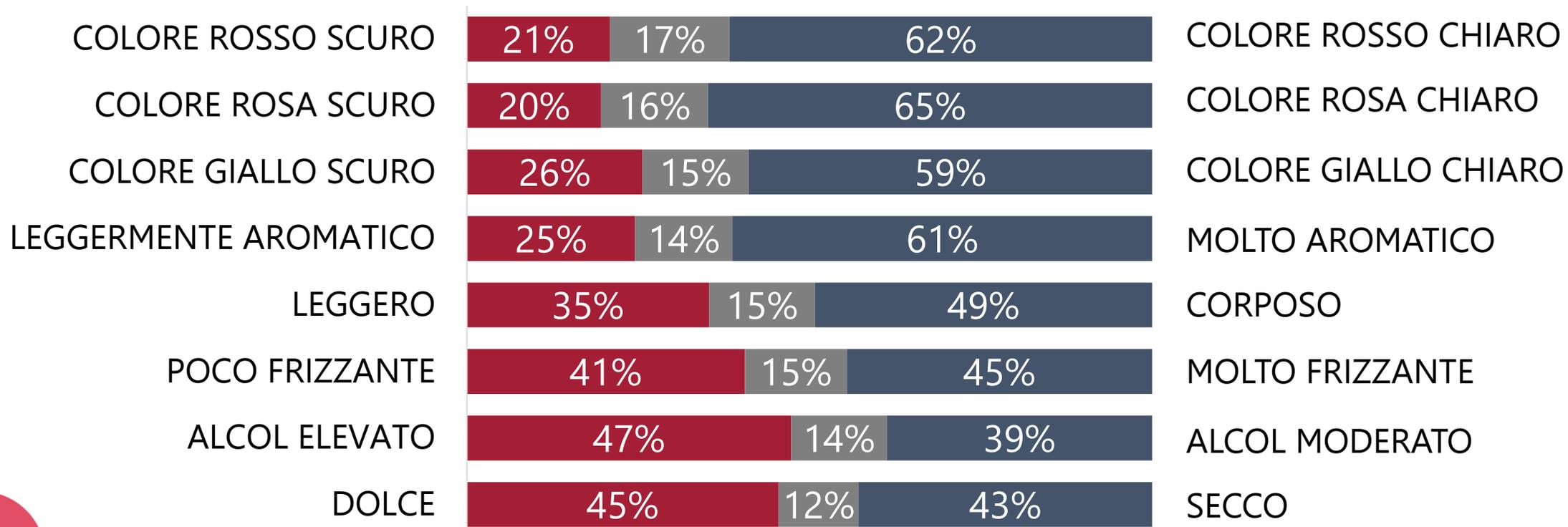
*% calcolate su chi consuma vino* <sup>12</sup>



# VINI SPARKLING CARATTERISTICHE DESIDERATE

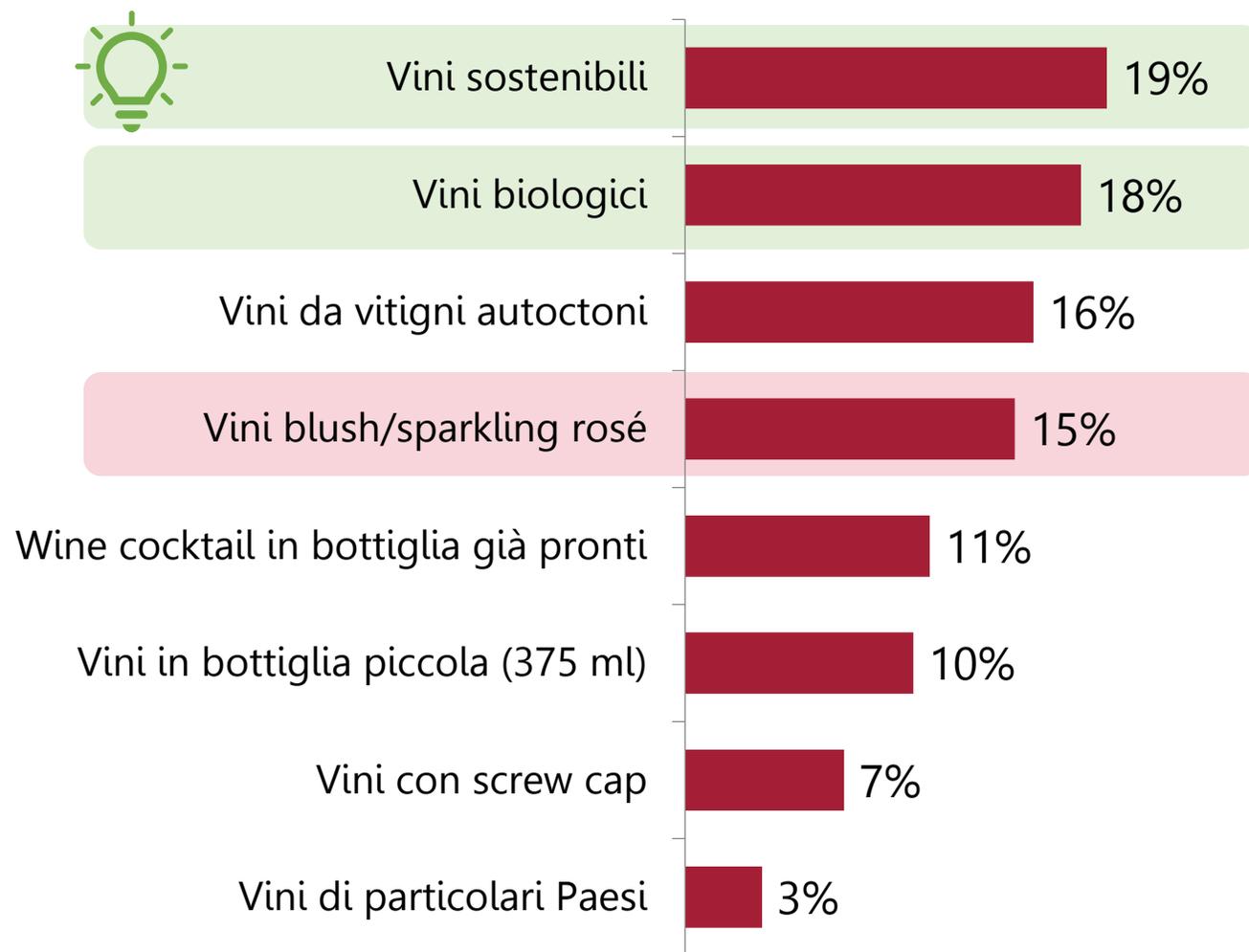
Secondo i suoi gusti, quali delle seguenti caratteristiche dovrebbe avere un vino spumante?

## INDIFFERENTE



# CONSUMO DI VINI SPUMANTI TREND FUTURI

Quali sono, secondo lei le caratteristiche dei VINI SPUMANTI che creeranno nuovi trend di consumo in Cina?



PRIMA  
RISPOSTA

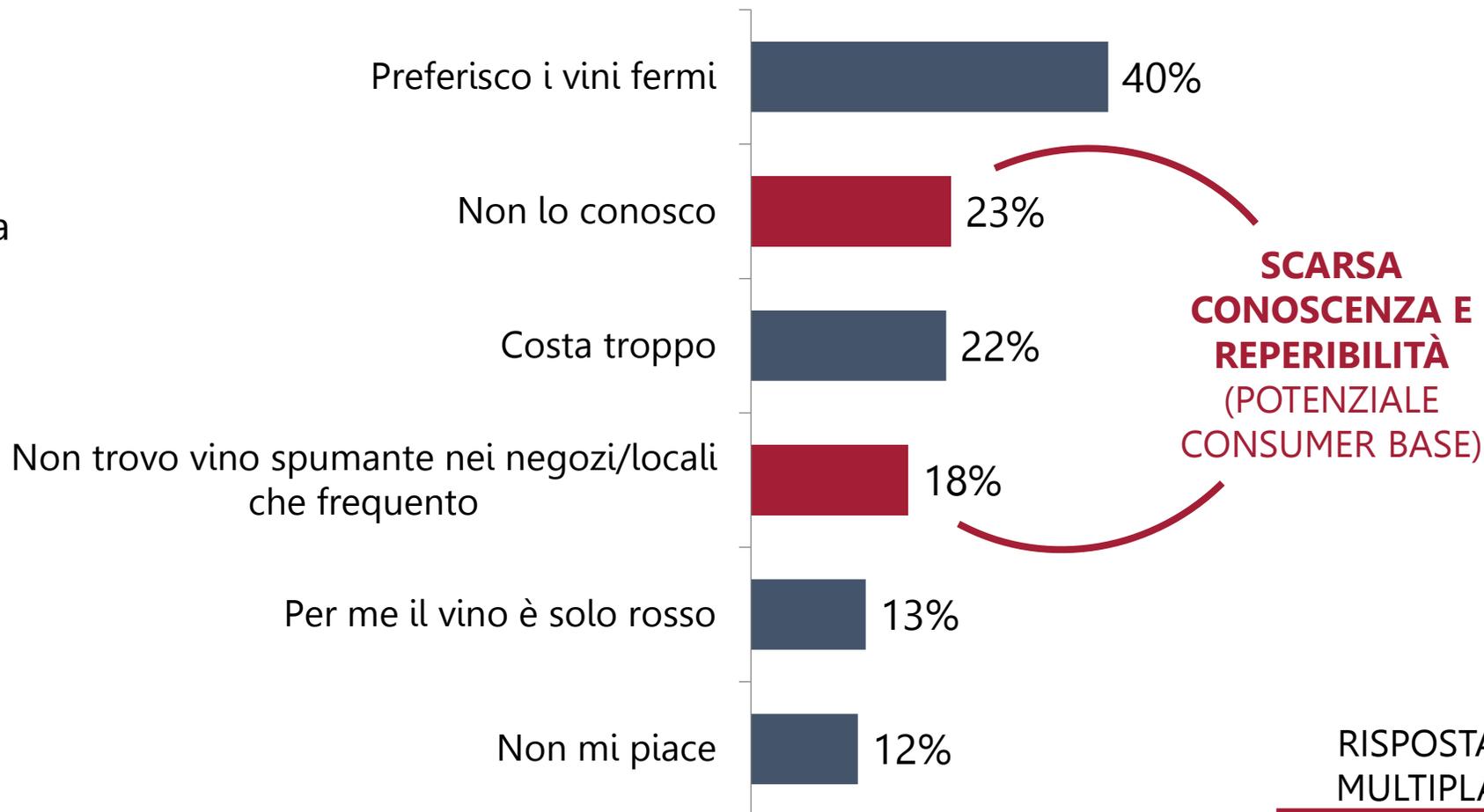


# CHI NON CONSUMA SPARKLING MOTIVAZIONI DEL NON ACQUISTO

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

# 82%

Pop 18-55 che NON ha consumato sparkling negli ultimi 12 mesi



*\*Risposte aperte riclassificate*

# FOCUS PROSECCO

CONSUMER SURVEY



# 3

- .PERCEPTION & REPUTATION
- .INTERESSE POTENZIALE
- .WILLINGNESS TO PAY
- .COMUNICAZIONE

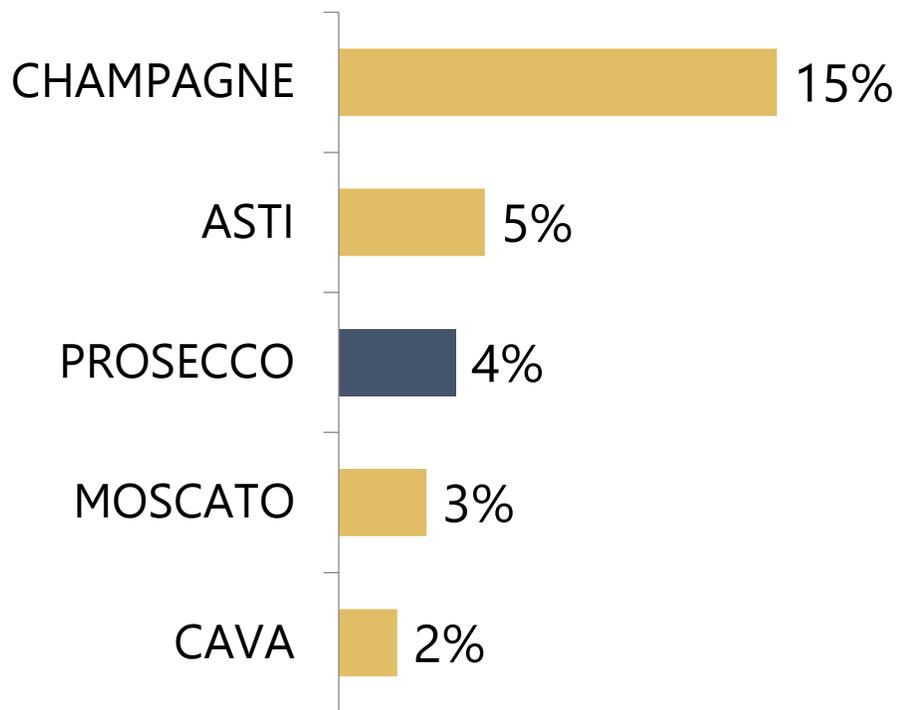
# RUOLO DEL PROSECCO VS COMPETITORS

## TASSO DI PENETRAZIONE

Pop 18-55 che ha consumato sparkling negli ultimi 12 mesi

18%

Quali VINI SPUMANTI ha consumato in casa e/o fuori casa in almeno un'occasione negli ultimi 12 mesi?



PROSECCO

Tasso di penetrazione e awareness

4%

Pop 18-55 che ha avuto **almeno una occasione** di consumo di PROSECCO **negli ultimi 12 mesi**

10%

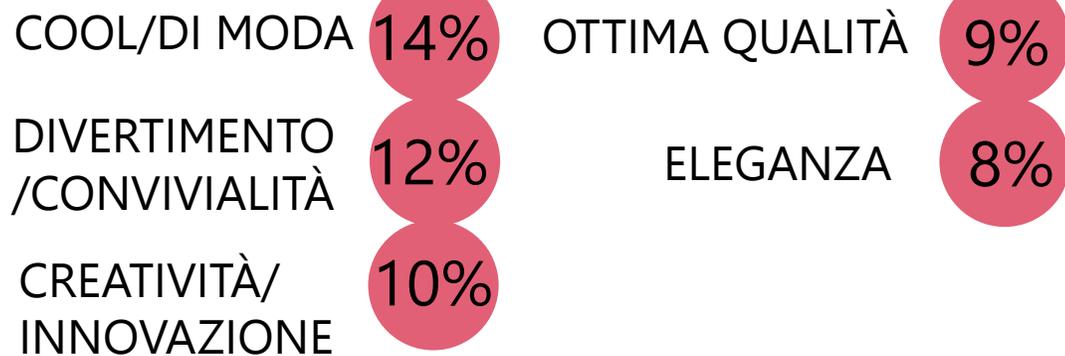
Pop 18-55 che conosce ma non ha consumato PROSECCO **negli ultimi 12 mesi**



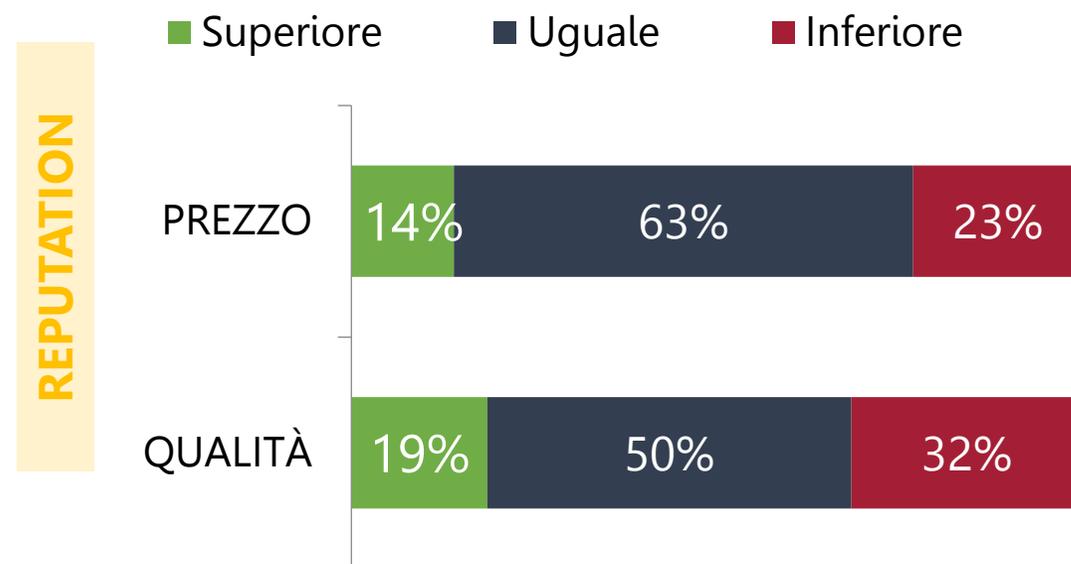
**Il PROSECCO è un vino a marchio DOC che può essere prodotto esclusivamente in alcune regioni del Nord Italia seguendo delle rigorose norme di produzione. Il PROSECCO ha una gradazione alcolica di 10,5% -11% gradi e può essere sia bianco che rosé.**

Pensando al PROSECCO quali aggettivi/immagini le vengono in mente?

PRIMA RISPOSTA, TOP 5



Secondo Lei il PROSECCO ITALIANO rispetto allo CHAMPAGNE FRANCESE, ha..

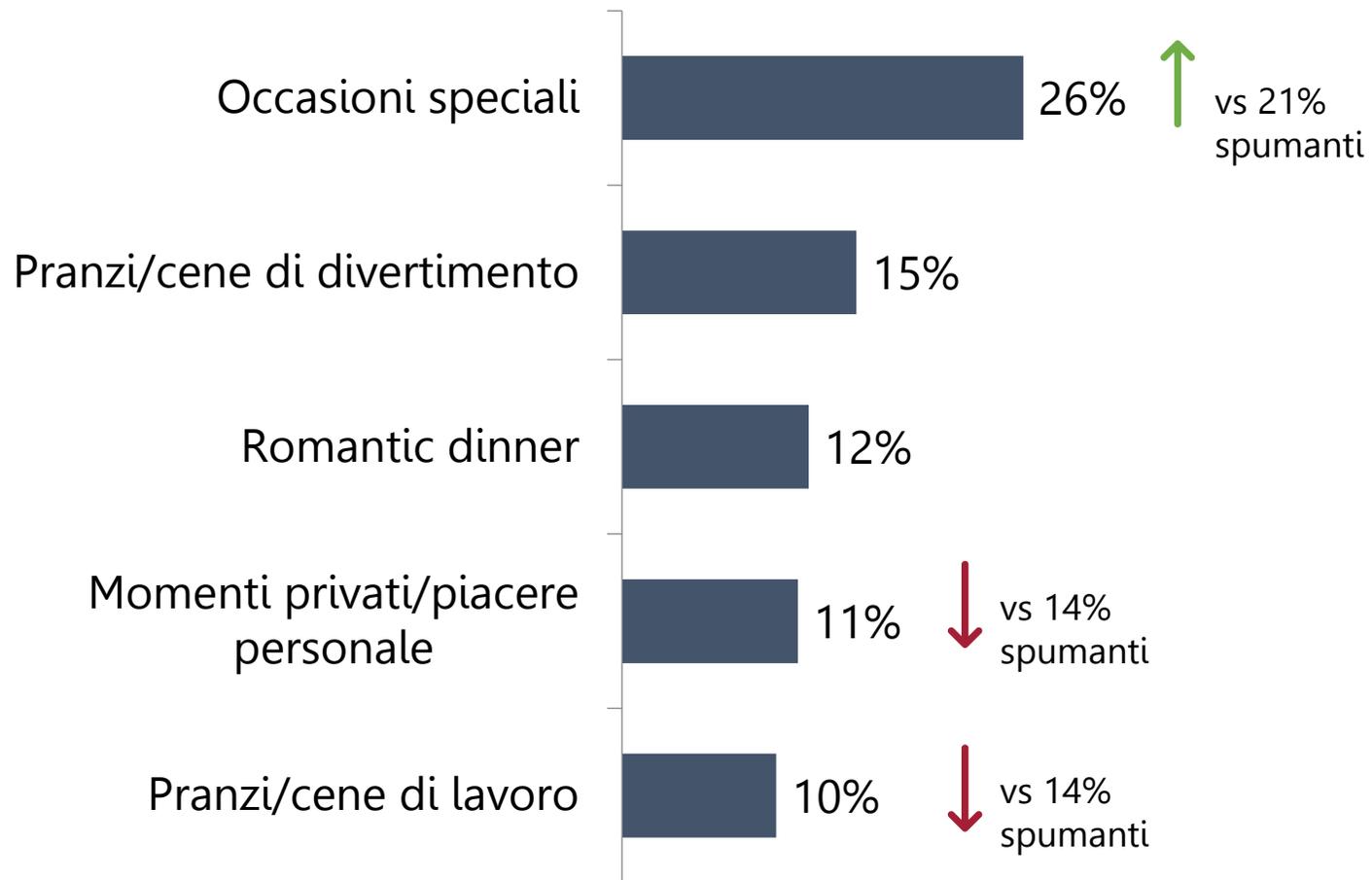


% calcolate su chi consuma vino



# PROSECCO POSSIBILI OCCASIONI DI CONSUMO

Secondo Lei il PROSECCO è un vino adatto soprattutto per...



PRIMA  
RISPOSTA  
TOP-5

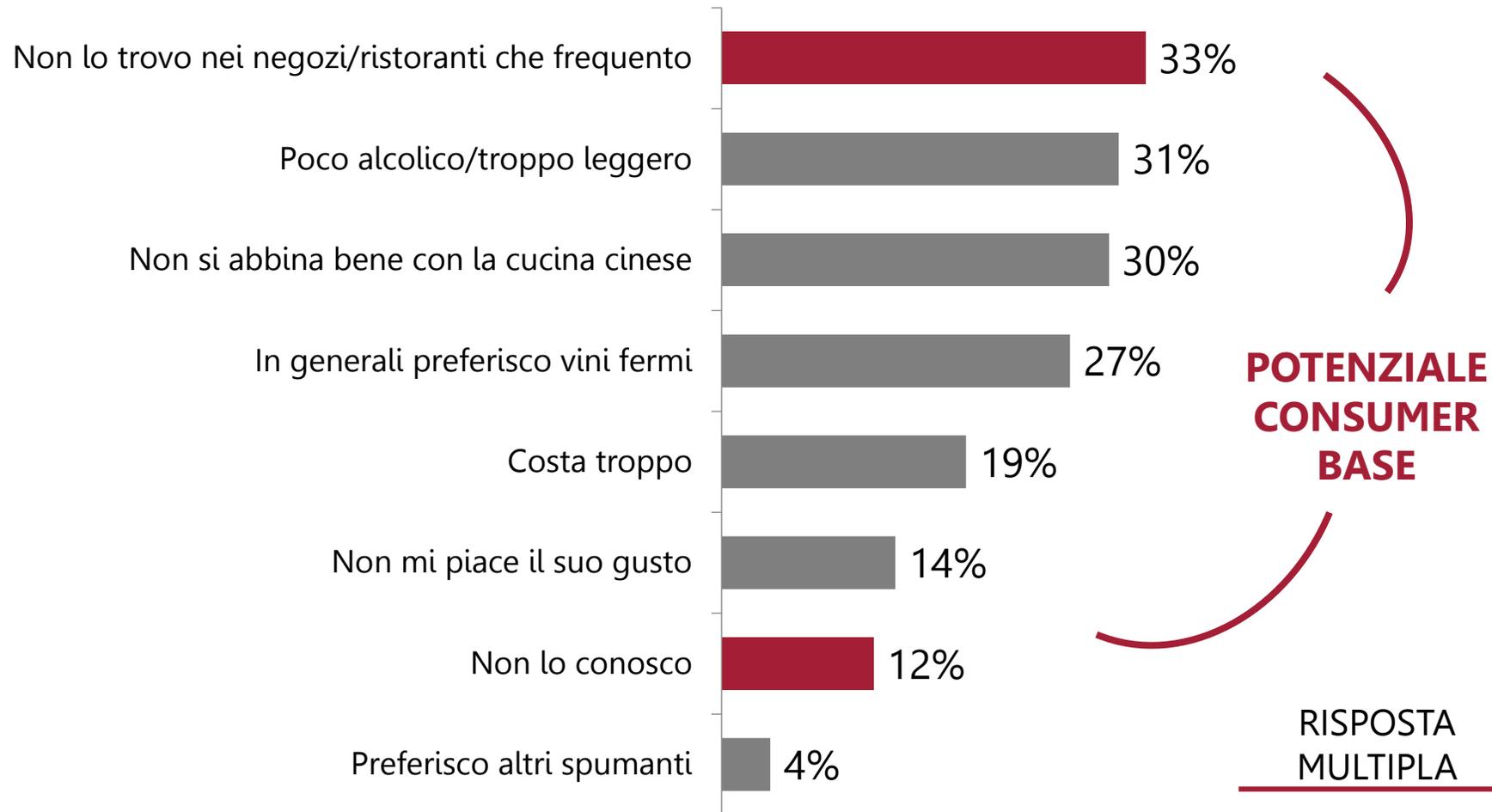


# CHI NON CONSUMA PROSECCO MOTIVAZIONI DEL NON CONSUMO

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

96%

Pop 18-55 che  
**NON consuma** Prosecco

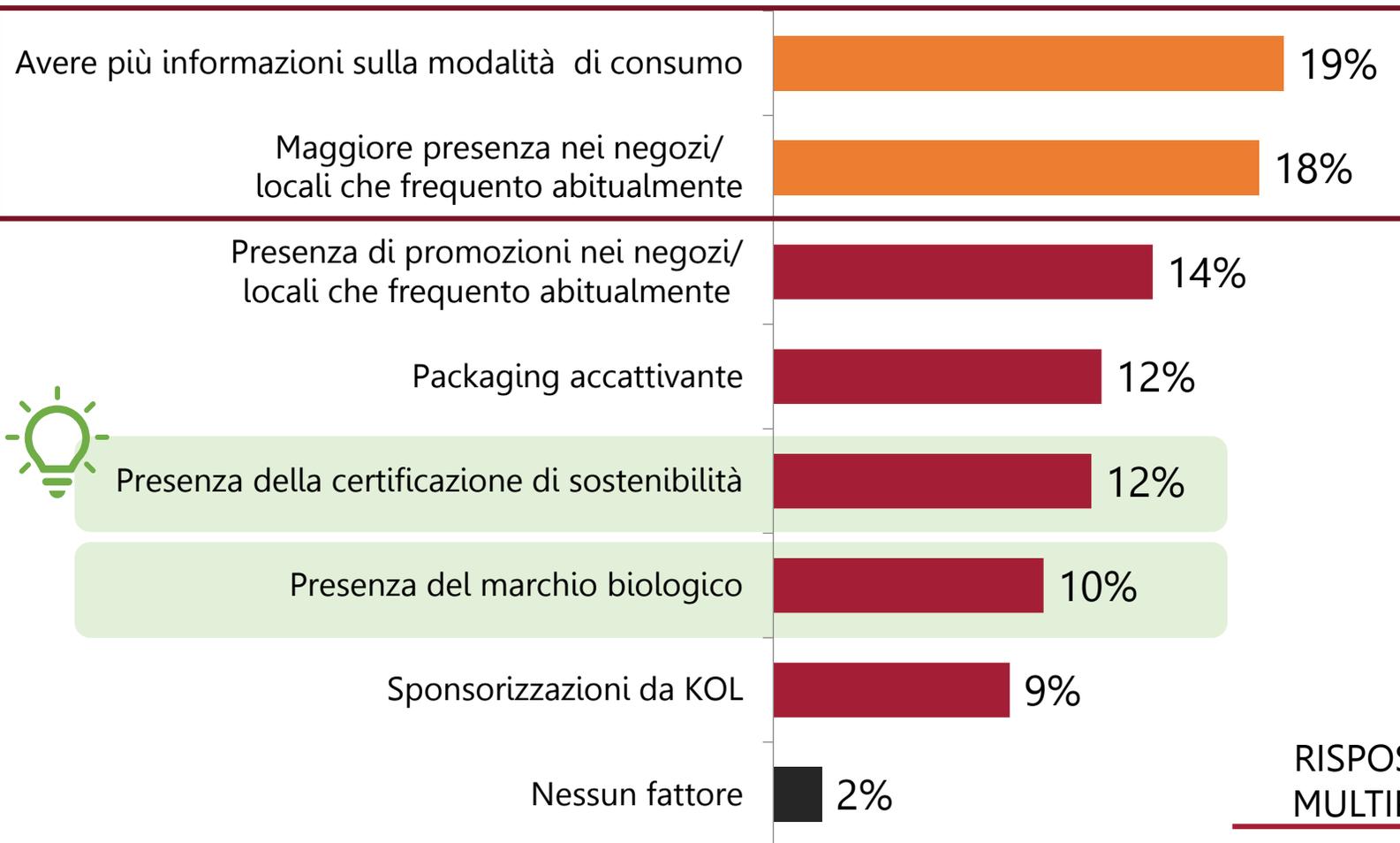


# CHI NON CONSUMA PROSECCO DRIVER AL POTENZIALE ACQUISTO

Quali di questi fattori potrebbero motivarla a consumare PROSECCO?

96%

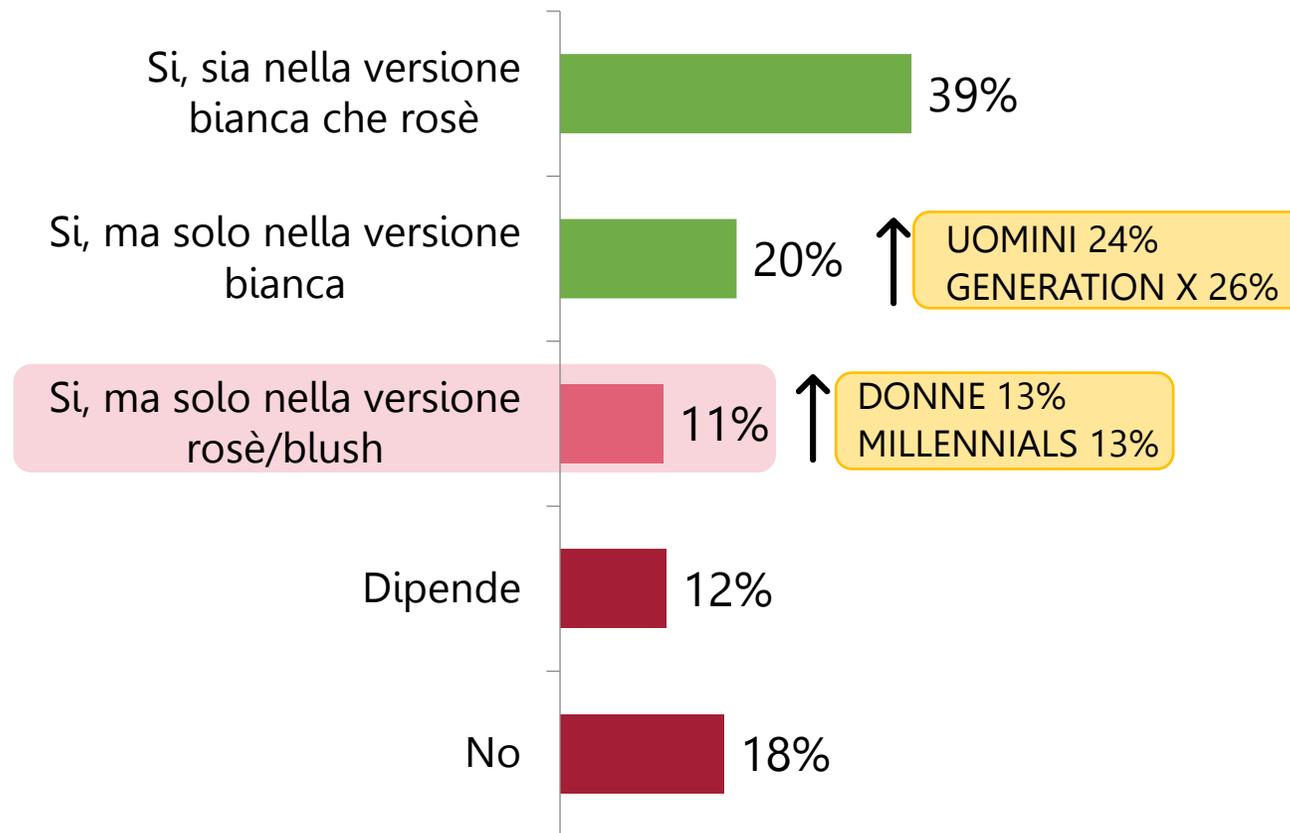
Pop 18-55 che  
**NON consuma** Prosecco



RISPOSTA  
MULTIPLA



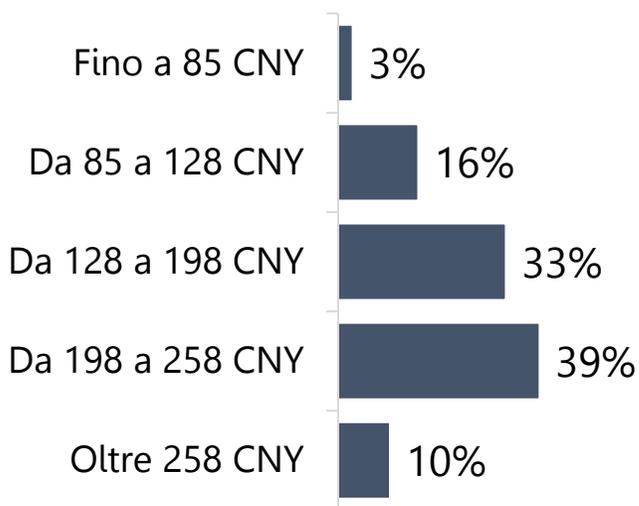
Il PROSECCO può essere bianco o rosé.  
Se trovasse il PROSECCO nei locali/negozi che frequenta sarebbe interessato ad acquistarlo?



Quanto sarebbe disposto a pagare...

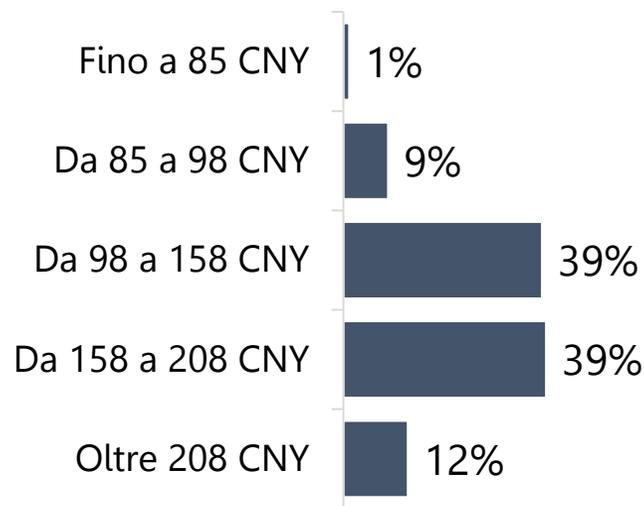
..Per una **BOTTIGLIA** di Prosecco al **negozio/supermercato**

## PECHINO



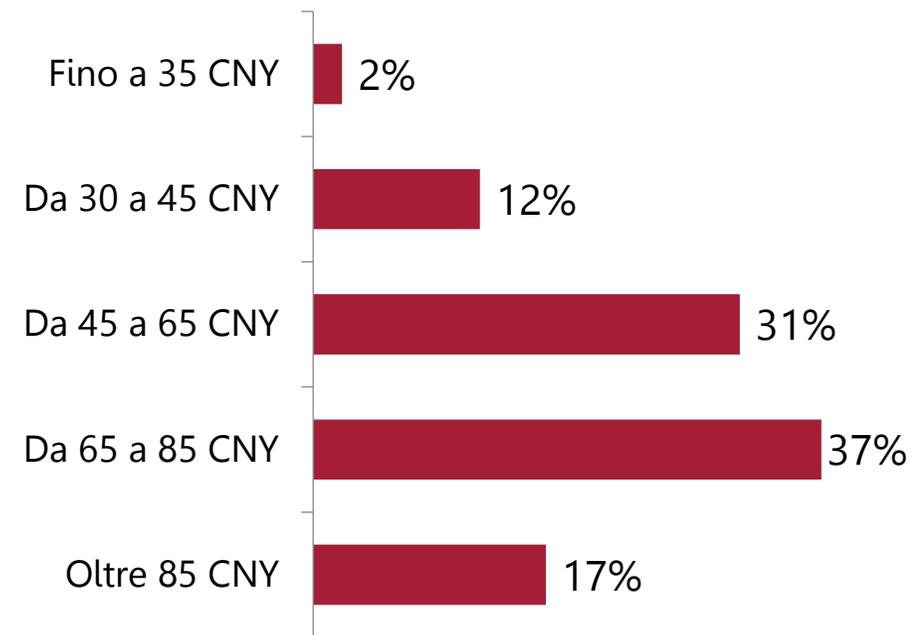
Prezzo medio  
**187 CNY**

## ALTRE CITTÀ



Prezzo medio  
**157 CNY**

.. Per un **CALICE** di Prosecco al **bar/ristorante**



Prezzo medio  
**66 CNY**



Attraverso quali canali/strumenti vorrebbe conoscere meglio il PROSECCO?

**PRIMA RISPOSTA**



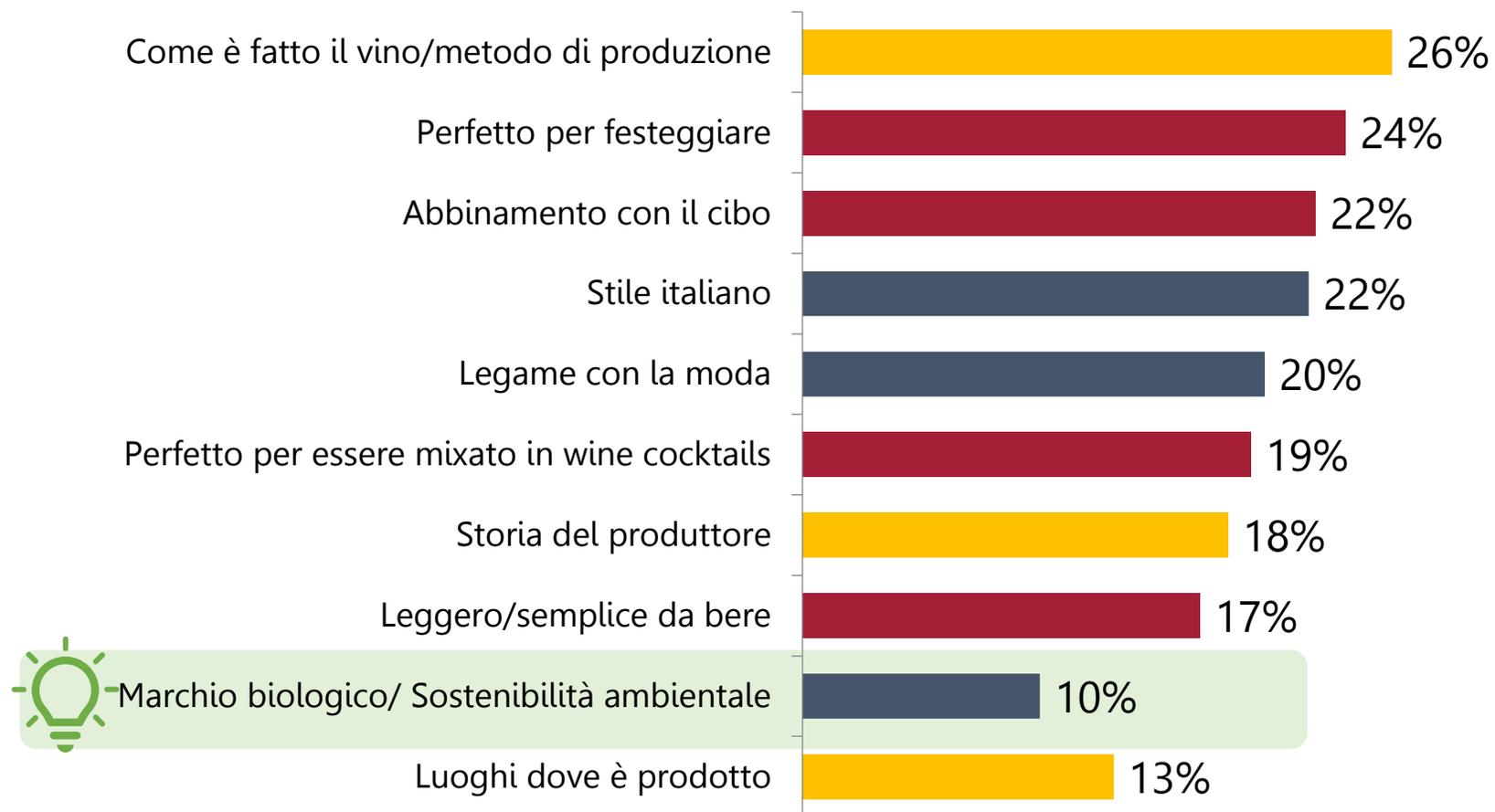
**DIGITAL 37%**



PRIMA  
RISPOSTA



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

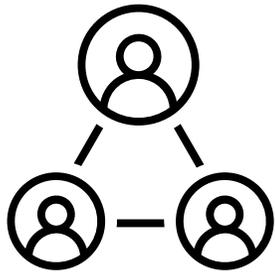


STORY TELLING

MODALITÀ DI  
CONSUMO

RISPOSTA  
MULTIPLA





## **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