

Creating value for wine businesses through strategic advice, branding and research

[info@wineintelligence.com](mailto:info@wineintelligence.com)  
+44 (0)20 7378 1277



Dec 20th 2011 | Issue 31 Global Wine Market Business Bulletin

## In this Bulletin:

- [UK Drinks Industry in 2012](#)
- [Wine Intelligence Events in 2012](#)
- [Report from Guangzhou](#)
- [UK Sparkling Report](#)

## Wine Intelligence Advent Calendar



Re-tweet a daily December Vinifac Tweet to enter into the Reports Shop prize draw!

[Follow us today](#)



Vinitrac® Australia launches February 2012

[Talking to wine consumers starts here](#)

## UK Drinks Industry in 2012 5 Predictions for 2012

With 2011 drawing to a close, 'tis the season to make some predictions for the UK wine industry in 2012.

1. UK wine volumes will continue to decline in 2012, accelerating post-March as the planned duty increase of around 15p a bottle renders the sub-£4 market uneconomic for both producers and retailers. We see volumes dropping by around 3% year on year, and by 4-5% if there is a more severe economic downturn in the UK. Value will rise slightly, primarily based on the duty increase. The average bottle price as measured by Nielsen will hover around £5.

2. On the plus side, we are predicting 30% growth in the £7-10 off-trade category, which currently only accounts for around 5% of sales by volume, led by Majestic and mid-to-upmarket supermarkets. Main engines of growth here will be Spain, New Zealand, Australia and Chile – France will maintain its dominance in this area but won't grow as fast as the others.

3. 2012 will see low-involved drinkers continuing to exit the wine category/decrease wine consumption in favour of cider, alcopops and premixed cocktails. We think the UK monthly wine drinking population will fall by a net 1 million in 2012, to around 27 million adults.

4. Biggest channel of growth in 2012 will be online sales, led by major supermarkets and a few specialist new entrants.



## Latest reports in the Reports Shop



[UK Sparkling Report](#)

[Closure Trends](#)

[UK Portraits](#)

[UK Landscapes](#)

[German Internet & Social Media Report](#)

[Japan Landscapes](#)

[UK & USA Label Design](#)

Upcoming report publications in 2012:  
[USA Sparkling Report](#)  
[Direct to Home in the USA](#)  
[UK Specialist Retailing](#)

5. As you will read below, sparkling wine sales will continue to fizz in 2012, led by mid-priced Cava, Prosecco and supermarket-listed English Sparkling. Champagne sales may fall as recent grape price rises feed into retail prices in 2012.

On balance it is going to be a stormy year – more like 2008 than 2011 – with perhaps the biggest challenge being persuading struggling UK consumers that wine is indeed worth more than £5 a bottle.

*[Richard Halstead](#)*

Wine Intelligence Events 2012

### ProWein '12: first stop for our 10th Birthday

Wine Intelligence is delighted to be celebrating our 10th birthday next year and we have a busy programme of events lined up to make it a special and celebratory year for us, our clients and industry friends. We'll be kicking off the celebrations in Germany to round up our [ProWein seminar programme](#) on Tuesday, March 6th 2012.

More details to follow on both ProWein and our 10th birthday celebrations in the New Year!

Report from Guangzhou

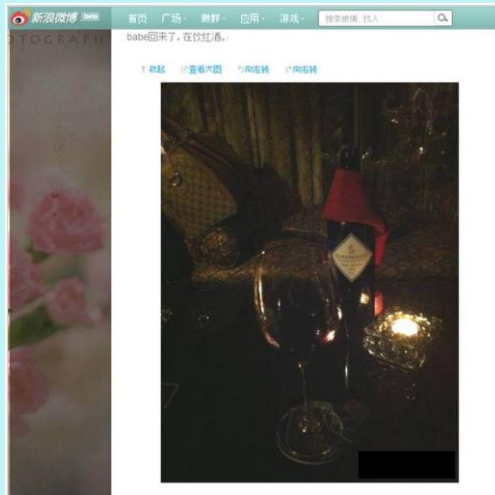
### A typical Friday evening in Guangzhou

Glancing around the bar while catching up with friends on my most recent travels back to Guangzhou, I could easily have mistaken the scene for a chic European wine bar rather than a Friday night out in southern China.

I had expected my friends to suggest one of our usual get-togethers (which in typical Asian manner often involves going out singing at a bar), but instead they brought me to a wine tasting in downtown Guangzhou. The candle-lit cellar was filled with trendy young professionals, sipping glasses of wine as Adele played on the stereo system in the background.

Not only is the blossoming wine scene in Guangzhou relatively new, it is already moving on from the traditional French choices that used to dominate it just a few years ago. In the space of a single evening, we drank Californian Zinfandel, New Zealand Pinot Noir and Argentinean Malbec. I expected to be the one teaching my friends about wine, but instead I was amazed not only by their interest in trying different types of wine, but also by their knowledge of wine terminology in Chinese (which, given the multiple translations available, even those of us in the trade can find challenging).

For this particular group, wine was a way to enjoy a moment with friends. Most of them began their careers 2 or 3 years ago. While they don't necessarily have the means to splurge on expensive vintages, they do place importance in the joy of sharing with friends.



Our group soon grew: a photo snapped (above) on a smartphone was quickly uploaded to Weibo (a Chinese microblogging platform), which prompted more friends from our extended group to join us, and more bottles to be opened. As Guangzhou continues to borrow cultural influences and pick up trends from its grown-up neighbour Hong Kong, I have no doubt that these bottles will be the first of many more to come.

Rui Su

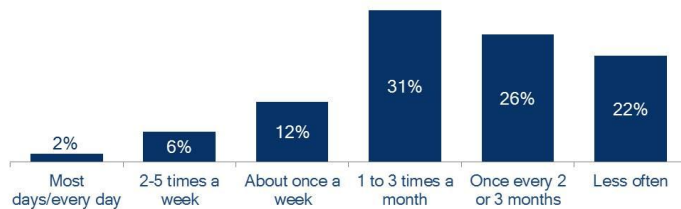
## UK Sparkling Report Sparkling wine consumption – English sparkling wines firmly on the market

Consumption of sparkling wine in the UK has risen steadily and consistently over the past decade and the market for sparkling wine would appear to be still in growth despite the economic uncertainty. About half of UK adults now open a bottle of sparkling wine at some point during the year, creating a population of just under 25 million sparkling wine consumers.

About a half of them drink sparkling wine only once in a while, particularly during festive occasions, but a similar number are drinking it at least once a month. 5 million of these consumers are now drinking sparkling wine of one sort or another at least once a week. The UK therefore now has a dedicated sparkling wine drinking segment that appears to be becoming a significant force in the market – and distinct from the “occasional” sparkling drinkers.

### Sparkling wine frequency of consumption

Base=All UK sparkling wine drinkers (n=511)



Source: Wine Intelligence, Vinitrac® UK, November 2011, n=511 UK sparkling wine drinkers

Unsurprisingly, Champagne is still the most widely-consumed sparkling wine in the UK, followed by Cava. There is also evidence of growing awareness and interest in domestically-produced sparkling wine, which has gone from being something that many poked fun at to a product taken increasingly seriously by critics and consumers alike. According to Wine Intelligence research, 64% (or 2 out of 3 sparkling wine consumers) say they drink English sparkling wine – and many of these consumers will be emptying the shelves of it over the next few days as the Christmas season gets into full swing. With English sparkling production about to ramp up, this is a trend that will be fascinating to watch – will demand stay ahead of supply?

#### Further reading: [UK Sparkling Report](#)

\*Source: [Vinitrac®](#) UK, Nov '11, n=511 UK Sparkling wine drinkers

### Français

- Avec la fin de l'année 2011 approchant à grands pas, vient aussi la traditionnelle saison des prédictions pour le secteur du vin en 2012. Nous nous sommes donc prêtés à l'exercice:

1. Les volumes vendus au Royaume-Uni continueront à décliner en 2012, avec une accélération de cette baisse après mars 2012. Cette date coïncide en effet avec la hausse des droits d'accises d'environ 15p par col, ce qui devrait rendre la gamme des vins vendus à moins de £4 significativement moins attractive pour les producteurs et les distributeurs. Nous envisageons une baisse globale en volume de l'ordre de -3% en moyenne, voire -4 à -5% en cas de dégradation du climat économique au Royaume-Uni. La valeur devrait croître un peu, ne serait-ce que sous l'effet de la hausse des taxes.

2. Plus positivement, nous pensons que la gamme des £7-£10, qui représente environ 5% des volumes vendus, pourrait croître de 30%. L'Espagne, la Nouvelle-Zélande,

l'Australie et le Chili devrait y connaître de belles croissances – la France conservera son leadership dans cette gamme mais en y enregistrant une croissance moindre que ses concurrents.

3. 2012 verra aussi les consommateurs peu impliqués se tourner vers d'autres alcools comme le cidre, les alcopops ou les pré-mix, au détriment du vin. La catégorie pourrait perdre près d'1 million de consommateurs, pour se stabiliser aux alentours de 27 millions d'adultes britanniques buvant du vin

4. Le circuit le plus dynamique en 2012 sera la vente en ligne, tirée par les enseignes de la grande distribution ainsi que par quelques nouveaux entrants spécialisés dans le vin.

5. Comme vous le lirez ci-dessous, les effervescents vont continuer à pétiller en 2012, poussés par les ventes de Cava, de Prosecco ou des vins anglais dans le moyen de gamme. Les ventes de Champagne pourraient diminuer, dans la mesure où les hausses récentes du prix du raisin se répercutent dans les prix à la distribution. Wine Intelligence fête son 10<sup>ième</sup> anniversaire en 2012. A cette fin, nous avons mis en place une série d'événements pour rendre cette année spéciale pour nous, pour nos clients et pour nos contacts dans le secteur du vin. Notre célébrerons notre premier événement en clôture de notre programme de séminaires à ProWein, le mardi 6 mars 2012

- En regardant autour de moi dans le bar où j'avais donné rendez-vous à mes amis lors de mon retour récent à Guangzhou, j'aurais facilement pu confondre l'endroit avec un bar européen un peu chic, plutôt qu'un bar un vendredi soir en Chine du sud. Je m'attendais à ce que mes amis d'enfance me proposent une de nos habituelles sorties d'il y a quelques années (donc impliquant un karaoké). Au lieu de ça, ils m'ont emmené à une dégustation de vin dans le centre de Guangzhou. Le phénomène de consommation de vin est non seulement relativement nouveau mais évolue constamment. Ainsi, les choix se portent de plus en plus souvent sur des vins en dehors des grands classiques français, qui étaient encore dominants voici quelques années. - Rui Sui, Research Analyst
- La consommation de vins effervescents s'est développée de façon constante au Royaume-Uni au cours de la dernière décennie. De façon tout aussi constante, le nombre de consommateurs de ces vins a augmenté, pour arriver à 25 millions aujourd'hui. Ce n'est pas surprenant, le Champagne reste la catégorie dominante - suivie par le Cava. Il y a également des signes qui montrent un intérêt croissant pour les effervescents domestiques. Ceux-ci seraient consommés, selon nos enquêtes, par 64% des amateurs de bulles...et beaucoup d'entre eux en auront acheté à mesure que les fêtes de fin d'année s'approchent.

## Español

- Prácticamente concluido el año 2011, es momento de hacer algunas predicciones sobre el mercado del vino en el Reino Unido para 2012:

1. El volumen del mercado en Reino Unido continuará cayendo, acelerándose este hecho después de marzo si se cumple previsión de aumento de impuestos en torno a 15 peniques la botella. Esto hace que la categoría por debajo de £4 será poco rentable tanto para productores como para minoristas. Siguiendo la tendencia de los últimos años vaticinamos una disminución en volumen de alrededor del 3% e incluso del 4-5% si hay la recesión económica es más grave. En términos de valor puede producirse un ligero incremento, basado principalmente en el incremento de los impuestos.

2. Como aspecto positivo, pronosticamos un 30% de crecimiento en la categoría entre £7-10 en el canal alimentación, la cual cuenta actualmente con alrededor de un 5% de las ventas en volumen, liderado por Majestic y los supermercados de gama media y alta. El principal crecimiento lo experimentarán España, Nueva Zelanda, Australia y Chile. Francia mantendrá su dominio en esta área pero no crecerá tan rápido como los demás.

3. En 2012 veremos cómo los consumidores menos involucrados continúan saliendo de la categoría de vino, sustituyendo su consumo por el de sidra y cocteles alcohólicos ya preparados y listos para consumir. Pensamos que el número de consumidores regulares de vino, es decir, aquellos adultos que beben vino al menos una vez al mes, caerá en 2012 en aproximadamente 1 millón, con lo que la cifra resultante será de 27 millones.

4. El mayor crecimiento en cuanto a canales lo experimentarán las ventas online de vino, liderado por los supermercados y algunas tiendas especializadas de nueva incorporación.

5. Como podéis ver abajo, las ventas de vino espumoso continuaran su efervescencia en 2012, lideradas por los Cavas y Prosecos de precio medio, así como por los espumosos ingleses incluidos en las listas de los supermercados. Las ventas de Champagne pueden caer debido al aumento de precios, consecuencia de la repercusión que la subida de los precios de la uva tendrá en el 2012.

- Desde Wine Intelligence nos complacemos en anunciar, que con motivo de la celebración el próximo año de nuestro decimo aniversario, hemos preparado un gran programa de eventos que hará que el año sea inolvidable para nosotros, nuestros clientes y amigos de la industria en general. El inicio del programa será en Alemania con motivo de ProWein donde estaremos presentes con un amplio programa de seminarios el martes 6 de Marzo de 2012.
- Echando un vistazo alrededor de la barra, mientras un grupo de amigos nos poníamos al día de nuestras respectivas vidas, en mi reciente viaje a Guangzhou, fácilmente podría haber confundido el ambiente con el de un elegante bar de copas europeo, en lugar de encontrarme un viernes por la noche en el sur de China. Por supuesto, yo esperaba que mis amigos sugirieran uno de nuestros típicos lugares de reunión, que siguiendo las costumbres podría incluir cantar en un bar. Pero no, en lugar de esto habían elegido un bar de vinos en el centro de Guangzhou. No solo, es la relativamente nueva explosión de escenarios en torno al vino lo que me llamo la atención, sino la apertura hacia nuevos vinos, dejando atrás la opciones clásicas de vinos franceses que solían dominar, solo unos años atrás. - Rui Sui, Research Analyst
- El consumo de vino espumoso en el Reino Unido ha aumentado de forma constante en la última década y el mercado parece estar todavía en crecimiento a pesar de la incertidumbre económica, con un número de consumidores cercano a los 25. Como era de esperar Champagne es todavía el espumoso más consumido en el Reino Unido, seguido de Cava. Hay también evidencias de la creciente notoriedad e interés por los vinos espumosos de producción nacional, de acuerdo con los datos de Wine Intelligence, un 64% (o 2 de cada 3 consumidores de vino espumosos) dice beber vino espumoso Ingles, y muchas de estas compras se producen durante las fiestas navideñas.



Join our Wine Intelligence  
Facebook page



Follow us on Twitter