



# INFORME SOBRE EL MERCADO ARGENTINO DE VINO

NOVIEMBRE 2017



# Introducción al informe sobre el mercado argentino de vino

El informe sobre el mercado argentino de vino 2017 incluye:

- Informe con la información más reciente sobre el Mercado argentino de vino:
  - Wine Intelligence Vinitrac®
  - Experiencia de mercados de Wine Intelligence
  - Fuentes secundarias
  - Entrevistas a expertos

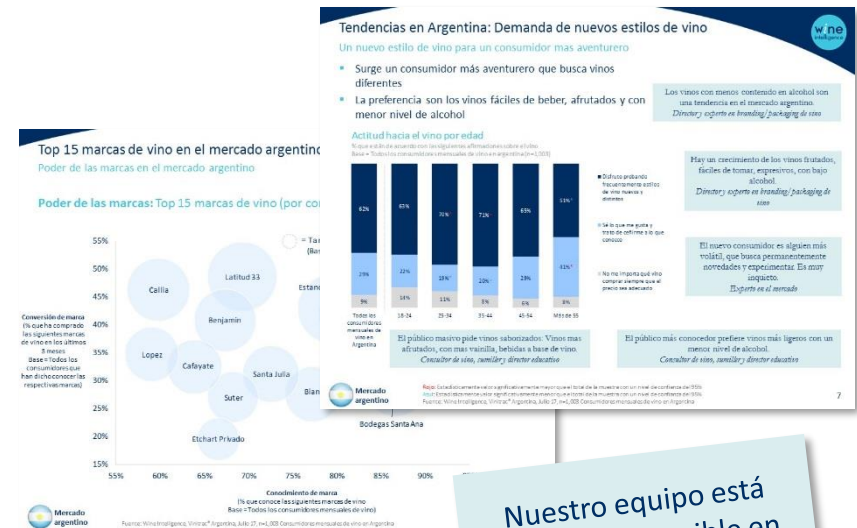


5  
report  
credits

[Haga clic  
aquí para  
comprar  
el informe](#)

Precio:

USD 3,250  
GBP 2,500  
AUD 4,500  
EUR 3,000



Nuestro equipo está siempre disponible en caso de necesitar ayuda con nuestras tablas de datos

# ÍNDICE



▪ Resumen general	p. 5	
▪ Management summary	p. 14	
▪ El mercado del vino argentino en contexto	p. 23	
Vino nacional vs. Vino importado		
Consumo de vino per capita		
▪ Consumidores de vino en Argentina	p. 27	
El mercado argentino del vino		
Perfil demográfico de los consumidores de vino		
Frecuencia de consumo		
▪ Repertorio de bebidas alcohólicas en contexto	p.31	
Repertorio de bebidas alcohólicas		
Consumo promedio de vino por color		
Principales canales de compra de vino		
Principales establecimientos de compra de vino		
▪ La compra del vino en Argentina	p.37	
Factores de decisión		
Conocimiento y compra de regiones productoras		
Consumo de vino por varietal		
▪ Consumo de vino a través del canal alimentación y del canal horeca		p.44
Frecuencia de consumo a través del canal alimentación por ocasión		
Gasto realizado a través del canal alimentación por ocasión		
Canal horeca: bares y restaurantes		
Frecuencia de consumo a través del canal horeca por ocasión		
Gasto realizado a través del canal horeca por ocasión		
▪ Involucración y actitud hacia el vino		p.50
Actitud hacia el vino		
Involucración hacia el vino		
Actitud hacia los tipos de cierres y tapones		
▪ Salud de marca		p.58
Conocimiento y compra de marca		
Consideración de marca		
Conversión de marca		
Afinidad de marca		
Recomendación de marcas		
Marcas de alta conversión / baja conversión		
▪ Metodología		p.66

# Resumen general

El mercado de vino argentino cambia lentamente: El consumidor busca nuevos estilos de vinos pero el atraer a los más jóvenes sigue siendo el desafío principal

Tendencias del mercado argentino de vino:

## 1. Regionalización del vino:

- La regionalización es una tendencia que crece con fuerza, diferenciando los orígenes de los vinos y potenciando sus particularidades

## 2. Demanda de nuevos estilos de vino:

- Una parte de los consumidores demanda vinos más ligeros, de menor contenido en alcohol, vinos saborizados y fáciles de beber

## 3. Varietales más allá del Malbec:

- La demanda de cepas no tradicionales en Argentina y uvas criollas está en alza

## 4. La revolución de los vinos blancos y rosados:

- Aunque Argentina sigue siendo un mercado dominado por los vinos tintos, hay un crecimiento en el consumo de vinos blancos y rosados

## 5. Futuras oportunidades:

- Los vinos de pequeños productores, enólogos de nuevas generaciones y los productos más innovadores se posicionan al frente de las futuras tendencias

## 6. Futuros desafíos:

- Los mayores desafíos son mantener el consumo per cápita del vino a la vez que ser capaz de atraer a los consumidores más jóvenes
- Desafío económico: Lograr un equilibrio en cuestión de precios debido a la inflación

### Vinitrac®:

- Los datos para esta encuesta han sido recogidos en Argentina por una encuesta llevada a cabo en Julio de 2017
- Los datos fueron recolectados por Wine Intelligence a través de su encuesta online Vinitrac® con una muestra total de 1,003 consumidores mensuales de vino en Argentina
- La muestra de consumidores de vino en Argentina fue definida como todos aquellos que beben vino tinto, blanco o rosado por lo menos una vez al mes
- Los entrevistados considerados como no válidos (aquellos que abandonaron la encuesta o que han dado respuestas inconsistentes) fueron descartados del análisis
- Los datos de la encuesta son representativos de la población de consumidores de bebidas alcohólicas en Argentina con respecto del género, edad, región de residencia

### Metodología para las entrevistas:

- Las entrevistas fueron realizadas a tres profesionales experimentados en la industria del vino en Argentina en Agosto del 2017
- Todas las entrevistas han seguido preguntas predeterminadas y cubrieron las tendencias globales del mercado, las oportunidades para diferentes estilos de vino, los canales y los precios
- Los tres entrevistados trabajaban en las siguientes posiciones:
  - 1 x Consultor de vino, sumiller y director educativo
  - 1 x Director y experto en branding/packaging de vino
  - 1 x Experto en el mercado

### ¿Como funciona Vinitrac®?

#### 1) Definir las muestras correctas:

- Wine Intelligence, con el soporte de empresas globales de investigación de mercado (por ejemplo: TNS, YouGov..), realiza regularmente estudios de calibración en cada mercado con el objetivo de definir las especificaciones demográficas de los consumidores de vino y el tamaño del mercado (por ejemplo penetración del consumo de vino).

#### 2) Realizar las encuestas online:

- Las invitaciones a participar a una encuesta online programada por Wine Intelligence se distribuyen a los consumidores adultos de cada mercado
- Los encuestados son dirigidos a una dirección URL, que da acceso a la encuesta online
- Basándose en criterios establecidos anteriormente (por ejemplo: edad, bebida alcohólica, frecuencia de consumo) los encuestados proceden a completar la encuesta o son descartados de la misma.
- Wine Intelligence realiza un monitoreo de las respuestas completas que han sido enviadas para así construir una muestra significativa de la población consumidora de vino en el mercado objetivo incorporando los estudios de calibración más recientes

#### 3) Limpiar los datos:

- Cuando se consigue un número representativo de muestras, la encuesta se cierra
- Wine Intelligence descarta los puntos no válidos (o que han dado respuestas inconsistentes) y pondera los datos para asegurar una representación rigurosa por ejemplo aquellos que abandonaron la encuesta

# Introduction to Argentina Landscapes 2017



INFORME SOBRE EL MERCADO  
ARGENTINO DE VINO  
NOVIEMBRE 2017

5  
report  
credits

[Click here  
to  
purchase](#)

Price:

USD 3,250  
GBP 2,500  
AUD 4,500  
EUR 3,000

The Argentina Landscapes 2017 report includes:

- The latest information on the Argentinian wine market, using:
  - Wine Intelligence Vinitrac®
  - Wine Intelligence market experience
  - Secondary sources
  - Trade interviews



Our team is always available in case you need guidance on how to use our data tables

# Contents



■ Management summary (in Spanish)	p. 5	
■ Management summary (in English)	p. 14	
■ Overview of the German wine market	p. 23	
Domestic vs. Imported wine share		
Per capita wine consumption		
■ Argentinian regular wine drinkers	p. 27	
Overview of the Argentinian wine market		
Demographics of Argentinian regular wine drinkers		
Wine consumption frequency		
■ Beverage repertoire	p.31	
Alcoholic beverage repertoire		
Proportion of red, white and rosé consumption		
Channel usage		
Retailer usage		
■ Wine buying behaviour	p.37	
Choice cues		
Region of origin awareness and purchase		
Varietal consumption		
■ Wine consumption in the off-trade and in the on-trade	p.44	
Off-trade consumption frequency by occasion		
Off-trade spend by occasion		
On-trade: bars and restaurants		
On-trade consumption frequency by occasion		
On-trade spend by occasion		
■ Wine involvement and attitude	p.50	
Wine attitude		
Wine involvement		
Attitudes towards closures		
■ Brand health	p.58	
Brand power		
Brand awareness		
Brand purchase		
Brand conversion		
Brand consideration		
Brand affinity		
Brand recommendation		
■ Methodology	p.66	



# Key Trends

The Argentinian market is shifting slowly. Consumers are demanding new wine styles, yet attracting young people to the category remains the main challenge

Key trends in the Argentinian wine market:

## 1. Wine regionalisation:

- Regionalisation is a strongly growing trend, differentiating wine origins and enhancing their particularities

## 2. Demand for new style of wines:

- There is a growing number of consumers that demand lighter, low-alcohol, aromatic and easy-drinking wines

## 3. Varietals beyond Malbec:

- Demand for non-traditional grape varietals and 'uvas criollas'

## 4. White and rosé wine revolution:

- Although Argentina remains a red wine dominated market, consumption of white and rosé wine is increasing

## 5. Future opportunities:

- The wines from small producers, new generations of winemakers and the most innovative products are leading the upcoming trends

## 6. Future challenges:

- The main future challenge is to maintain per capita wine consumption in the domestic market, while attracting young consumers
- Economic challenge: Achieve a balance in terms of prices because of inflation

### Vinitrac®:

- The data for this survey was collected in Argentina in July 2017
- Data was gathered via Wine Intelligence's Vinitrac® online survey of 1,003 Argentinian regular wine drinkers (March 2016)
- Respondents were screened to ensure that they drink wine at least once a month; drink red, white or rosé wine; and buy wine in the off-trade or in the on-trade
- Invalid respondents (those who sped through the survey or gave inconsistent answers to selected questions) were removed before analysis
- The data is representative of Argentinian regular wine drinkers in terms of age, gender and region

### Trade interview methodology:

- Trade Interviews were conducted with three experienced industry professionals in the Argentina wine trade in August 2017
- Interviews followed a pre-determined discussion guide, and covered overall market trends, opportunities for different wine styles, retail channels and pricing
- The three interviewees were members of the wine trade working in different roles:
  - 1 x Wine consultant, sommelier and wine educator
  - 1 x Director and expert in wine brand and packaging
  - 1 x Wine market expert

### How does Vinitrac® work?

#### 1) Defining the right samples:

- Wine Intelligence, with the support of global research companies (e.g. TNS, YouGov), regularly runs calibration studies in each market in order to define demographic specifications of the wine consumers and the size of the market (i.e. penetration of wine consumption)

#### 2) Running the online survey:

- Invitations to participate in an online survey programmed by Wine Intelligence are then distributed to residents in each market
- Respondents are directed to a URL address, which provides access to the online survey
- Based on given criteria (e.g. age, beverage, frequency of wine consumption) respondents will either proceed or screen out of the survey
- Wine Intelligence monitors completed responses to build samples representative of the target markets' wine drinking population based on the most recent calibration study

#### 3) Cleaning the data:

- When a representative sample is logged, the survey is closed
- Wine Intelligence will then clean out all invalid data points (e.g. those who sped through the survey or gave inconsistent answers to selected questions) and weight the data in order to ensure representability

REPORT PRICE: USD 3,250 • GBP 2,500 • AUD 4,500 • EUR 3,000 • 5 Report Credits

Format: 70-page PowerPoint (PDF)

Purchase online: <http://www.wineintelligence.com/product-category/report-type/wine-landscape-reports/>

Contact us directly: [reports-shop@wineintelligence.com](mailto:reports-shop@wineintelligence.com)

If you have any questions, please contact your local Wine Intelligence office:

#### **AVIGNON**

Jean-Philippe Perrouy, Director, Wine Intelligence France | T +33 (0)486 408 417 | Email: [jean-philippe@wineintelligence.com](mailto:jean-philippe@wineintelligence.com)

#### **CAPE TOWN**

Dimitri Coutras, South Africa Country Manager | T +27 828288866 | Email: [dcoutras@iafrica.com](mailto:dcoutras@iafrica.com)

#### **DELAWARE**

Erica Donoho, USA Country Manager | T +1 973 699 4158 | Email: [erica@wineintelligence.com](mailto:erica@wineintelligence.com)

#### **FRANKFURT**

Wilhelm Lerner, Associate Director/Germany Country Manager | T +49 (0)175 5806 151 | Email: [wilhelm@wineintelligence.com](mailto:wilhelm@wineintelligence.com)

#### **LONDON**

Eleanor Hickey, Senior Business Manager | T +44 020 7378 1277 | Email: [eleanor@wineintelligence.com](mailto:eleanor@wineintelligence.com)

#### **SAO PAULO**

Rodrigo Lanari, Brazil Country Manager | T +55 (0) 11 3065-8411 | Email: [rodrigo@wineintelligence.com](mailto:rodrigo@wineintelligence.com)

#### **SYDNEY**

Ben Luker, Business Executive | T +61 (0) 416 638 272 | Email: [ben@wineintelligence.com](mailto:ben@wineintelligence.com)

#### **TRIESTE**

Pierpaolo Penco, Italy Country Manager | T +39 349 424 3371 | Email: [pierpaolo@wineintelligence.com](mailto:pierpaolo@wineintelligence.com)

#### **VALLADOLID**

Juan Park, Director, South America and Iberia | T +34 637 214 829 | Email: [juan@wineintelligence.com](mailto:juan@wineintelligence.com)