



WINE INTELLIGENCE

# ITALY WINE LANDSCAPES

NOVEMBRE 2021

REPORT BROCHURE

# PRICING



## Option 1: Report + data table

## Option 2: Report only (no data table)

### Price:

GBP 3,000  
USD 4,200  
AUD 6,000  
EUR 3,600

### Price:

GBP 2,500  
USD 3,500  
AUD 5,000  
EUR 3,000

Report  
length:  
79  
pages

## Options to pay online or via invoice

**First time buyer, small business and academic discounts available.**

Please contact [enquiries@wineintelligence.com](mailto:enquiries@wineintelligence.com) to enquire.

# SOMMARIO



**05** **Introduzione**  
**Management summary**

**16** **Panoramica del mercato del vino italiano**  
Classificazione dei mercati  
Il mercato del vino fermo importato e nazionale  
Quote di mercato delle bollicine  
Consumo pro-capite di vino fermo

**22** **Panoramica dei consumatori di vino in Italia**  
Demografia  
Frequenza di consumo del vino  
Atteggiamento nei confronti del vino  
Coinvolgimento nel vino e competenza percepita

**32** **Repertorio**  
Repertorio delle bevande alcoliche  
Consumo varietale  
Conoscenza e consumo delle principali  
denominazioni di origine

**42** **Acquisto del vino**  
Canali di acquisto del vino  
Il canale dell'asporto: insegne  
Le variabili di scelta del vino

**48** **Hot Topic: Online Shopping**  
Comportamento di acquisto online  
Cambio di frequenza di acquisto online  
Fonte di informazione  
Considerazione dei canali di acquisto del vino

**54** **Consumo del vino**  
Asporto: frequenza di consumo del vino per occasione  
Asporto: spesa per il vino per occasione  
Acquisto di vino nel canale horeca  
Horeca: frequenza di consumo per occasione  
Horeca: spesa per il vino per tipologia di occasione

**61** **Salute del brand**  
Indice di forza dei brand  
Riconoscibilità, acquisto, conversione, considerazione,  
affinità e raccomandazione

**76** **Metodologia di ricerca**  
Quantitativa  
Qualitativa

# INTRODUZIONE



Dopo la prima edizione di "Italy Wine Landscapes" dell'anno scorso, che si basava sui dati del sondaggio Vinitrac di inizio marzo 2020, ossia agli inizi della pandemia e del primo lungo periodo di lockdown, il presente report si propone di compiere un'analisi sugli impatti del Covid-19 sui consumatori vinicoli italiani. Il mercato domestico, infatti, pur in un trend ormai ventennale che vede crescere le esportazioni e la loro quota sul fatturato, rimane ancora prioritario per la maggior parte delle aziende vinicole italiane.

In questa edizione del nostro studio abbiamo quindi preso in esame i cambiamenti nel comportamento dei consumatori, a iniziare dalle occasioni di consumo e di acquisto, con un canale Horeca che ha vissuto lunghi periodi di chiusura o aperture a singhiozzo, mentre parallelamente si è affermata la vendita per asporto e l'e-commerce. In questo caso, l'approfondimento del presente report è proprio sull'atteggiamento dei consumatori di vino verso l'online, intendendolo sia quale canale distributivo che quale fonte di informazione propedeutica agli acquisti.

Tra 2020 e 2021 la vendita del vino nell'on-trade è stata messa a dura prova, con riduzione e parcellizzazione delle consegne, seguite da improvvisi rimbalzi che hanno portato ossigeno dopo l'apnea. Lo stesso segmento delle bollicine, che prima del Covid stava trainando il recupero del consumo pro-capite dopo 50 anni di decrescita, ha vissuto alcuni momenti di "stop&go", recuperando la propria spinta propulsiva con l'avvicinarsi dell'estate 2021. Questo grazie al progressivo piano di vaccinazioni e riaperture che hanno portato gli italiani a passare nuovamente tempo in occasioni sociali all'aria aperta, spingendo alla ripartenza dei consumi fuoricasa.

Se la GDO ha consolidato il proprio rapporto con il vino, ampliando gli assortimenti, introducendo brand prima poco distribuiti e incrementando la capillarità di quelli presenti, nell'Horeca abbiamo rilevato alcuni trend contrastanti.

Da un lato, i clienti hanno aumentato la frequenza di consumo, non sempre a discapito del prezzo medio ma, anzi, spendendo di più in tutte le occasioni. All'opposto, una percentuale maggiore di consumatori che afferma di ritenere il vino un prodotto "caro", tesi confermata dalle nostre interviste a operatori, i quali hanno segnalato un aumento dei listini delle aziende vinicole e, di conseguenza, del prezzo medio delle

bottiglie per i clienti finali.

Il turismo ha visto trainare i consumi in bar e ristoranti soprattutto ad agosto e settembre, con operatori che indicano di aver superato volumi e fatturati degli anni migliori, grazie prevalentemente a flussi turistici interni o provenienti dal resto d'Europa.

Rispetto al report del 2020, in questa edizione abbiamo aggiornato il sistema di campionamento e la lista dei brand inclusi nel sondaggio, aprendola ad alcuni dei principali marchi attivi solo nel canale GDO (lo scorso anno il report si era focalizzato principalmente sull'Horeca), che ha portato a ricavare alcuni risultati interessanti.

In particolare, in merito al campione dei consumatori regolari di vino intervistati, nel quale la componente femminile ha superato, in percentuale, quella maschile (55% v. 45%), segno che le donne hanno ormai un rapporto consolidato con la categoria vino, avendo acquisito maggiore sicurezza e, particolarmente nelle giovani generazioni, risultando avventurose e capaci di trainare una parte significativa dei consumi. La componente maschile, invece, sta invecchiando, con le giovani generazioni che stanno rivolgendo la propria attenzione e la curiosità sempre più verso altre bevande alcoliche o, comunque, non vedono più il vino come la loro prima scelta.

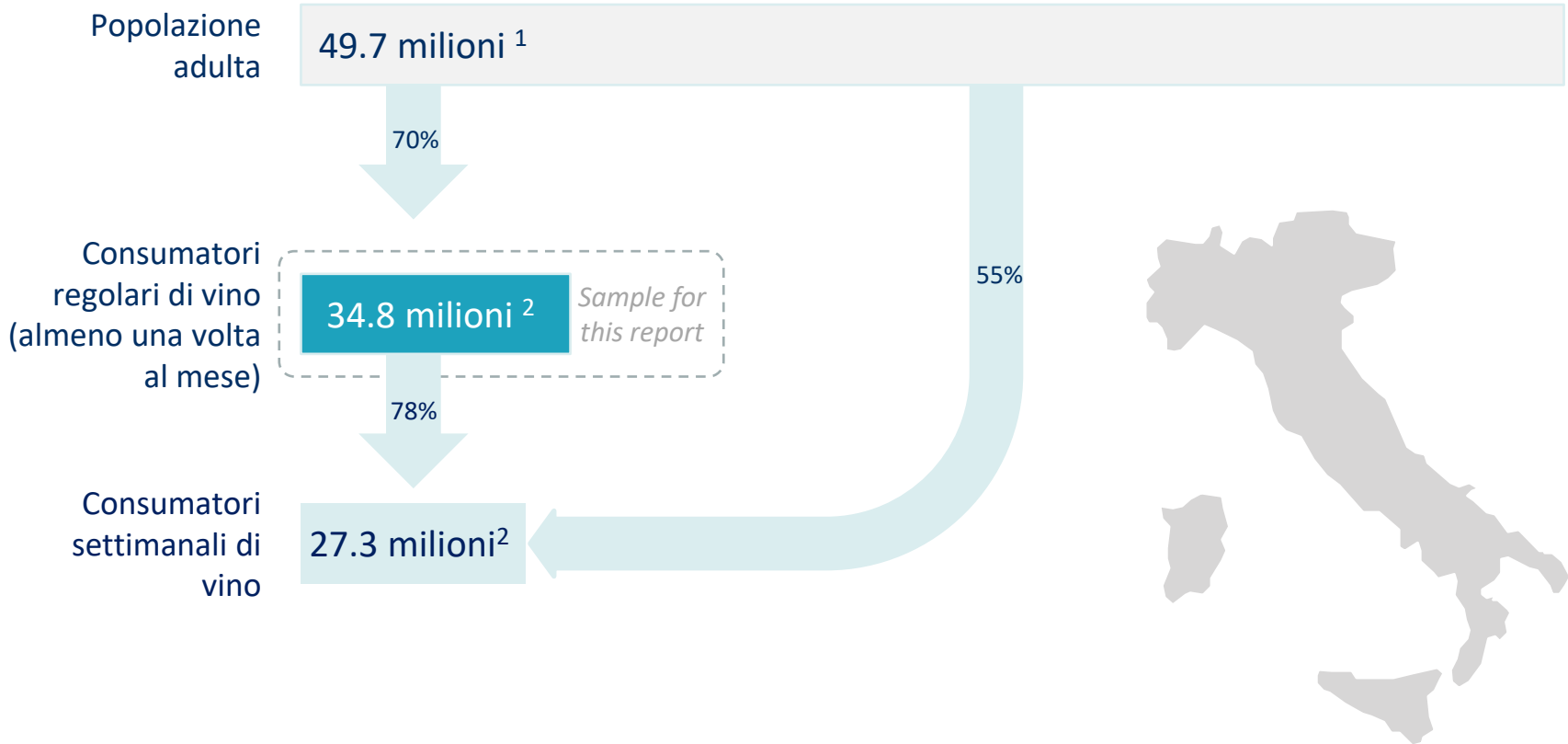
Se gli over-65 mantengono ancora il loro primato come classe responsabile della maggior parte dei volumi di vino, il consumatore regolare italiano, quindi, non è più solo "uomo, anziano, bevitore quotidiano", ma ha un profilo molto più sfaccettato: consuma più volte a settimana, è informato (anche grazie al canale digitale), aumenta la spesa per il vino, continuando ad acquistare on-line e rivolgendosi verso brand (sia aziendali che di Denominazioni) di cui ha fiducia.

Pierpaolo Penco, Country Manager Italia, Novembre 2021

# EXAMPLE SLIDE: PANORAMICA DEI CONSUMATORI DI VINO IN ITALIA NEL 2021



I consumatori di vino settimanali in Italia sono 27.3 milioni, più della metà dell'intera popolazione adulta



Sources: <sup>1</sup> United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2017). World Population Prospects: The 2017 Revision, custom data acquired via website.

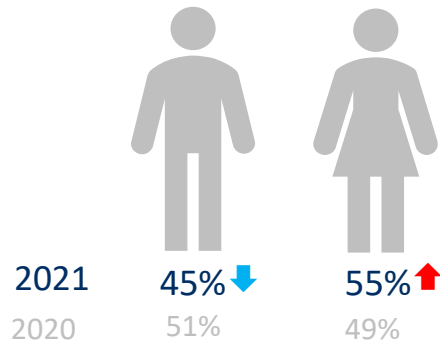
<sup>2</sup> Wine Intelligence online calibration study, August & December 2020, n=2,228 Italian adults. Wine=still wine

# EXAMPLE SLIDE: DEMOGRAFIA DEI CONSUMATORI REGOLARI DI VINO ITALIANI

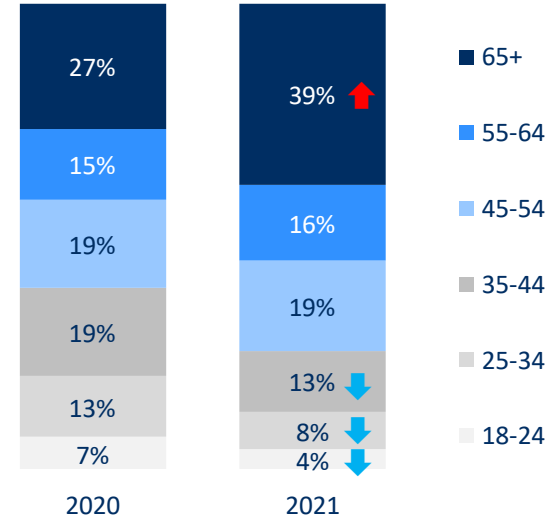


Per la prima volta, il numero di donne tra i consumatori regolari di vino italiani ha superato quello degli uomini. Mentre si contraggono quelle più giovani, la coorte più numerosa è composta da consumatori con più di 65 anni e un reddito annuale compreso tra €28.001 e €50.000

## Genere



## Età



## Reddito familiare annuale (prima delle tasse)

	2020	2021
Meno di € 15.000	9%	2%
Tra € 15.001 e € 28.000	29%	25%
Tra € 28.001 e € 50.000	36%	31%
Tra € 50.001 e € 75.000	10%	11%
Più di € 75.000	6%	24%
Preferisco non rispondere	10%	7%

## Area

	2020	2021
Nord-Est	17%	20%
Nord-Ovest	28%	29%
Centro	20%	23%
Sud	26%	17%
Isole	9%	10%

↑ / ↓ : Statistically significantly higher / lower than 2020 at a 95% confidence level  
 Wine Intelligence Vinitrac® Italy, Mar'20 and Aug'21 (n=1000) Italian regular wine drinkers

# EXAMPLE SLIDE: REPERTORIO DELLE BEVANDE ALCOLICHE

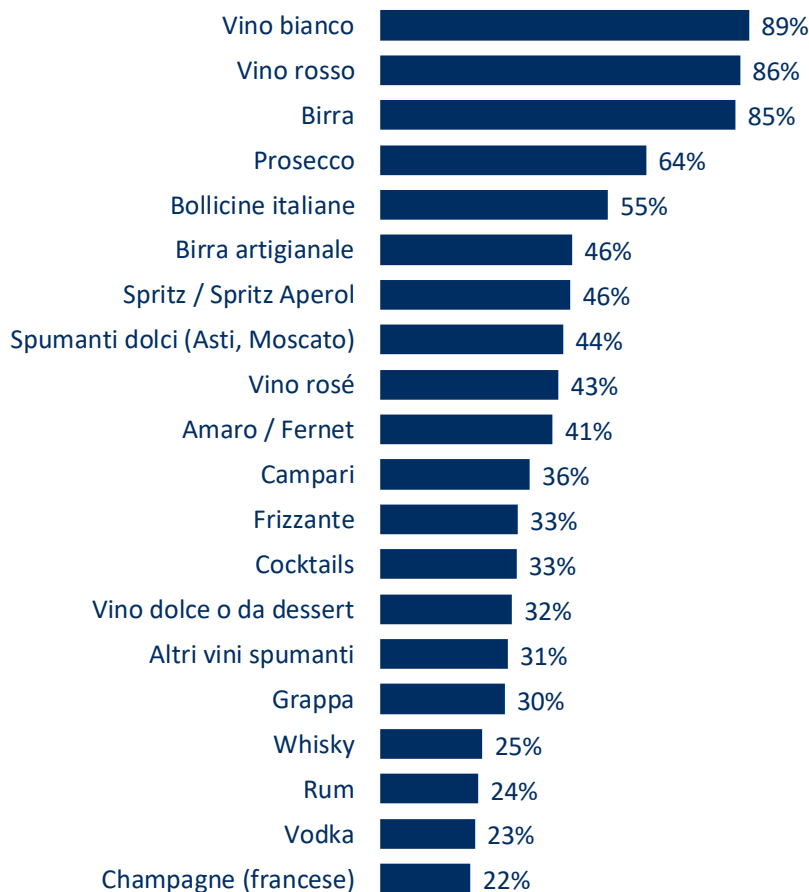


La bevanda alcolica più diffusa tra i consumatori di vino regolari italiani è il vino bianco, seguito da vicino da vino rosso e birra; più della metà dei consumatori ha bevuto bollicine italiane nell'ultimo anno

## Repertorio delle bevande alcoliche: Top 20

% who have drunk the following beverages in the past 12 months

Base = All Italian regular wine drinkers (n=1,000)



Circa **3 su 5** consumatori regolari di vino **più giovani di 35 anni** ha bevuto uno Spritz nell'ultimo anno

## Ready to purchase?

- [Buy online](#)
- Request an invoice by emailing [enquiries@wineintelligence.com](mailto:enquiries@wineintelligence.com)

## Need to know more?

- Email [enquiries@wineintelligence.com](mailto:enquiries@wineintelligence.com) with your question(s)



*Connecting wine businesses with  
knowledge and insights globally*

## Wine Intelligence London (Head Office)

Nutmeg House  
60 Gainsford Street  
London  
SE1 2NY

Telephone: +44 (0) 20 8194 0090  
Email: [enquiries@wineintelligence.com](mailto:enquiries@wineintelligence.com)  
Website: [www.wineintelligence.com](http://www.wineintelligence.com)

Follow us:   