

22% din totalul vânzărilor de vin în retailul românesc sunt la sticlă de plastic

De către **Daniela Oancea** - octombrie 29, 2018



Conform datelor Nielsen Retail Audit, 22% din totalul vânzărilor de vin în retailul românesc sunt la sticlă de plastic, așadar în segmentul economy. 50% din respondenți declară că la ultima achiziție au plătit între 15 și 25 de lei pe litru. Aproximativ 1.000 de producători de vin cu peste 2.000 de branduri ajung să vândă cât 5% din volumul pieței de bere, dar cu circa 30% din valoarea acesteia, arată cel mai nou studiu local – Nielsen Wine Consumers’ Insights – legat de ocaziile de cumpărare a vinului și criteriile de alegere a acestuia în România.

Conform datelor monitorizate în retail de Nielsen România, 60% din piața totală de vin este reprezentată de vânzările de vin alb, 10% de rose și 30% de vin roșu. Conform declarațiilor consumatorilor însă, principalul criteriu de alegere a vinului este gustul.

Dar cine sunt consumatorii de vin?

Bărbați, cu vârsta 35+, cu venit peste medie. Acesta este segmentul care tinde să aibă o pondere mai mare în rândul celor pe care îi numim heavy wine consumers, cei care beau vin de mai mult de zece ori pe lună. Totuși, cei care beau mai rar sunt și cei înclinați să investească mai mult într-un vin premium.

Majoritatea respondenților au declarat că aleg un vin mai scump mai ales în ocazii legate de business, în care ies cu colegii sau clienții.

O treime din respondenți /respondente aleg să bea vin după ce termină sau chiar în timp ce fac treburi prin casă. Însă, pentru acesta ocazie de consum, de cele mai multe ori este ales un vin cu un preț mediu. Vinul este o alegere personală, preferință restului familiei este mult mai ios ca factor în decizie față de alte categorii cum ar fi băuturile nealcoolice.

Acest website folosește cookie-uri pentru a furniza vizitatorilor o experiență mult mai bună de navigare, oferte și servicii adaptate interesului fiecăruia.

Am citit și sunt de acord cu [Politica de Confidentialitate](#) | [Termeni și Condiții](#)

[Sunt de Acord](#) [Citeste Politica de Cookies](#)

de vin per capita, consumul este mai mult decât dublu. (*Sursă: INS, Consum vin per capita România, 2017)

Băutorii de vin sunt și băutori de bere: 40% dintre cei care au băut vin în ultimele trei luni au declarat că beau și bere, cu o frecvență de 2-3 ori pe săptămână.

Vinul și berea înseamnă lucruri diferite pentru consumator

Berea este percepută ca o băutură pentru toată lumea și toate ocaziile, cu un preț convenabil. Vinul este asociat deseori cu masa, dar și cu ocaziile de sărbătoare. Principala barieră în a alege mai des vinul în locul altor băuturi este lipsa de cunoaștere în ce privește potrivirea cu o anumită ocazie sau anumite feluri de mâncare.

53% din respondenți afirmă că plănuiesc să își cultive cunoștințele necesare alegerii corecte a unui vin, însă învățarea este un proces ce presupune o investiție de timp și efort.

Demersul de educare a consumatorului prin articole sau specialiști poate aduce beneficii doar pe termen lung. Astfel, pentru stimularea frecvenței consumului de vin, producătorii sau retailerii pot încerca mai degrabă sugestii specifice, targetate pe anumite ocazii, care să influențeze decizia la raft.

Studiul Wine Consumer Insights s-a realizat pe un eșantion de 800 respondenți (70% bărbați și 30% femei), reprezentativ la nivel total urban. Datele au fost colectate în luna mai, prin chestionar online autoaplicat. Rezultatele detaliate ale studiului Nielsen Wine Consumer Insights sunt disponibile la cerere, de la Iulia Pencea, Consumer Insights Leader Nielsen.

Daniela Oancea

Redactor-șef al Modern Buyer din iulie 2017. Absolventă a Universității București, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, Daniela are o experiență de peste 20 de ani în presă. A început să lucreze ca reporter și apoi ca redactor de știri externe la cele mai importante cotidiene naționale: Tineretul Liber, România Liberă și Evenimentul Zilei. Și-a continuat cariera ca Business Editor pentru Mediafax și apoi ca redactor-șef la diferite publicații business to business, precum și ca expert media în trei proiecte europene PHARE/SAPARD. Danieliei îi puteți scrie pe adresa daniela.oancea@modernbuyer.ro