



VINUL SCUMP ESTE IN PRINCIPAL CUMPARAT PENTRU OCAZII DE AFACERI

29-10-2018

1000 de producatori de vin cu peste 2000 de branduri ajung sa vanda abia cat 5% din volumul pietei de bere, dar cu circa 30% din valoarea acesteia. Cel mai nou studiu local – Nielsen Wine Consumers' Insights – ne arata care sunt ocaziile de cumparare a vinului si criteriile de alegere a acestuia.

CE VIN SE BEA IN ROMANIA?

Conform datelor monitorizate in retail de Nielsen Romania, 60% din piata totala de vin este reprezentata de vanzarile de vin alb si 30% vin rosu. Conform declaratiilor consumatorilor insa, principalul criteriu de alegere a vinului este gustul.

Dar cine sunt consumatorii de vin? Barbati, 35+ cu venit peste medie – acesta este segmentul ce tinde sa aiba o pondere mai mare in randul celor pe care ii numim *heavy wine consumers*, cei care beau vin de mai mult de zece ori pe luna. Totusi, cei care beau mai rar sunt si cei care sunt inclinati sa investeasca mai mult intr-un vin premium.

CAND ESTE ALES UN VIN MAI SCUMP?

Majoritatea respondentilor au declarat ca aleg un vin mai scump mai ales in ocazii legate de business, in care ies cu colegii sau clientii.

Conform datelor Nielsen Retail Audit, 22% din totalul vanzarilor de vin in retail sunt la sticla de plastic, asadar in segmentul Economy. 50% din respondenti declara ca la ultima achitie au platit intre 15 si 25 de lei pe litru.

OCAZII

O treime din respondenti /respondente aleg sa bea vin dupa ce termina sau chiar in timp ce fac treburi prin casa. Insa, pentru aceasta ocazie de consum, de cele mai multe ori este ales un vin cu un pret mediu. Vinul este o alegere personala, preferinta restului familiei este mult mai jos ca factor in decizie fata de alte categorii cum ar fi bauturile nealcoolice.

CUM PUTEM IMPULSIONA VANZARILE DE VIN?

Vinul este inca o piata in dezvoltare daca ne uitam la datele oficiale. In Romania se consuma 20 de litri/capita pe an*, in timp ce in Franta, tara in top 3 ca si consum de vin per capita, consumul este mai mult decat dublu. (*Sursa: INS, Consum vin per capita Romania, 2017)

Bautorii de vin sunt si bautori de bere: 40% din cei care au baut vin in ultimele trei luni au declarat ca beau si bere, cu o frecventa de 2-3 ori pe saptamana. Vinul si berea insemna lucruri diferite pentru consumator. Berea este perceputa ca o bautura pentru toata lumea si toate ocaziile, cu un pret convenabil. Vinul este asociat deseori cu masa, dar si cu ocaziile de sarbatoare.

Principala bariera in a alege mai des vinul in locul altor bauturi este lipsa de cunoastere in ce priveste potrivirea cu o anumita ocazie sau anumite feluri de mancare. 53% din respondenti afirma ca planuiesc sa isi cultive cunostintele necesare alegerii corecte a unui vin, insa invatarea este un proces ce presupune o investitie de timp si efort.

Demersul de educare a consumatorului prin articole sau specialisti poate aduce beneficii doar pe termen lung. Astfel, pentru stimularea frecventei consumului de vin, producatorii sau retailerii pot incerca mai degraba sugestii specifice targetate pe anumite ocazii, care sa influenteze decizia la raft.

DESPRE STUDIUL WINE CONSUMER INSIGHTS

Cercetarea s-a realizat pe un esantion de 800 respondenti (70% barbati si 30% femei), reprezentativ la nivel total urban. Datele au fost prelucrate si analizate prin chestionar online autoaplicat.

Rezultatele detaliate ale studiului Nielsen Wine Consumer Insights sunt disponibile la cerere, intrand in legatura cu Iulia Percea, Consumer Insights Lead Nielsen, iulia.percea@nielsen.com



10/12/2020

Vinul scump este in principal cumparat pentru ocazii de afaceri – Nielsen

DESPRE NIELSEN

Nielsen N.V. (NYSE:NLSN) ofera o intelegere cuprinzatoare a ceea ce consumatorii vizioneaza (WATCH) si cumpara (BUY). Divizia BUY ofera producatorilor de bunuri de larg consum si retailerilor singura viziune globala pentru masurare a performantei industriei de retail. Prin integrarea informatiilor din diviziile Watch si Buy, precum si a altor surse, Nielsen ofera clientilor sai atat o masurare de clasa mondiala, cat si analize care ii ajuta la imbunatatirea performantelor. Nielsen, o companie S&P 500, are operatiuni in peste 100 de tari care acopera mai mult de 90% din populatia intregii lumi. Pentru mai multe informatii, vizitati www.nielsen.com sau scrieti la adresa de email

press@nielsen.com

<https://www.nielsen.com/ro/ro/press-releases/2018/expensive-wine-mainly-bought-for-business-occasions/>

