

Gustul dictează achiziția în categoria de vin

31 Oct 2018 | de Alina Dragomir



[1]

1.000 de producători de vin, cu peste 2.000 de branduri ajung să vândă abia cât 5% din volumul pieței de bere, dar cu circa 30% din valoarea acesteia. Care sunt ocaziile de cumpărare a vinului și cât sunt dispuși românii să aloce pentru acest produs aflăm din studiul Nielsen Wine Consumers' Insights.

60% din piața totală de vin este reprezentată de vânzările de vin alb, urmate de vinurile roșii cu o pondere de 30% și vinurile roze care generează doar 10% din vânzări, gustul fiind principalul criteriu de achiziție, conform datelor monitorizate în retail de Nielsen România.

Cine sunt însă consumatorii de vin? În rândul consumatorilor heavy wine consumers, adică persoanele care beau vin de mai mult de 10 ori pe lună, cea mai mare pondere este deținută de bărbați, cu vârsta de peste 35 de ani și cu venituri peste medie. Totuși, cei care beau mai rar sunt și cei care sunt înclinați să investească mai mult într-un vin

premium.

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

Cum pot fi impulsionate vânzările?

Vinul este încă o piață în dezvoltare dacă ne uităm la datele oficiale. În România se consumă 20 de litri/capita pe an, potrivit datelor INS, în timp ce în Franța, țară în top trei ca și consum de vin per capita, consumul este mai mult decât dublu. În plus, conform datelor Nielsen Retail Audit, 22% din totalul vânzărilor de vin în retail 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.

Un aspect interesant este faptul că băutorii de vin sunt și băutori de bere. Astfel, 40% din cei care au băut vin în ultimele trei luni au declarat că beau și bere, cu o frecvență de 2-3 ori pe săptămână. Cu toate acestea, vinul și berea înseamnă lucruri diferite pentru consumator. Berea este percepută ca o băutură pentru toată lumea și toate ocaziile, cu un preț convenabil, în timp ce 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. 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, consideră specialiștii Nielsen.

Metodologie

Cercetarea s-a realizat pe un eșantion de 800 respondenți, 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 - Iulia Pencea, Consumer Insights Leader Nielsen, iulia.pencea@nielsen.com [2].

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://www.magazinulprogresiv.ro/articole/gustul-dicteaza-achizitia-categoria-de-vin>

Legături

[1] <https://www.magazinulprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/vin.jpg>

[2] <mailto:iulia.pencea@nielsen.com>