

Ricerca sul posizionamento del vino e dello spumante trentino nella GDO del nord Italia terza edizione (2008)

Osservatorio delle Produzioni Trentine

20 aprile 2009

A cura di: Maria Serena Bandini, Marco Del Frate, Adriano Zanotelli

Introduzione

Giunta ormai alla terza edizione l'indagine sul posizionamento del vino e dello spumante trentino presso la Grande distribuzione organizzata (GDO) del nord Italia si prefigge di monitorare gli andamenti di presenza e valorizzazione dei prodotti vitivinicoli trentini al di fuori dei confini provinciali in uno dei canali di commercializzazione più importanti dell'economia agroalimentare. Secondo gli ultimi dati forniti da Federcommercio, la GDO conta poco più del settanta per cento del valore complessivo del mercato del settore alimentare. Anche per quanto riguarda i prodotti vitienologici, oltre la metà del vino fine e a denominazione commercializzato in Italia transita nella grande distribuzione moderna (61% del canale asporto – IRI Infoscan). A fronte di questa opportunità le grandi catene commerciali si sono attrezzate con reparti vino dotati di personale di servizio qualificato e di un'offerta di prodotti ampia e diversificata che supera in molti casi diverse centinaia di referenze.

I produttori, al tavolo di lavoro per lo sviluppo della viti-vinicoltura in Trentino, hanno fatto emergere la domanda di conoscere approfonditamente quale sia, nel tempo, la posizione e la competitività del vino trentino rispetto ai suoi diretti *competitor*, soprattutto al di fuori dei confini provinciali.

Per rispondere a questa esigenza l'Osservatorio delle produzioni trentine, istituito tramite Accordo di programma tra Camera di Commercio di Trento e Provincia Autonoma di Trento, nel corso del 2006 ha intrapreso una rilevazione biennale dei prezzi e del posizionamento, con il principale scopo di misurare l'andamento evolutivo della presenza della proposta enologica trentina all'interno di questo strategico canale distributivo, nonché di produrre un agile strumento di valutazione per la formulazione di piani di promozione aziendali e istituzionali. Sul mercato dei dati e delle fonti informative vi sono diverse agenzie che propongono rilevazioni di prezzi; manca tuttavia un approfondimento rispetto alla composizione degli scaffali.

Per indagare ulteriormente questa importante leva di *retail marketing*, a partire dalla presente edizione si è deciso di procedere con la lettura esaustiva dello scaffale degli spumanti (*trentini+competitor*), per monitorare ancora più efficacemente l'evoluzione del mercato e dell'offerta dei punti vendita del Nord Italia.

L'edizione 2008 propone quindi, oltre ai dati relativi alle referenze trentine presenti, informazioni riguardo al prezzo e al posizionamento di tutta la concorrenza spumantistica presente nei punti vendita.

1. Metodologia, rilevazione ed elaborazione dati - Disegno di rilevazione

La ricerca si inserisce nel campo delle rilevazioni definite campionarie a campione costante non probabilistico a scelta ragionata.

A seguito delle indicazioni desunte dalla ricerca pilota e così come confermato da precedenti ricerche svolte dall'Osservatorio delle produzioni trentine¹, si è deciso di definire il campo d'indagine nei confini di tre regioni limitrofe al Trentino: Veneto, Emilia Romagna e Lombardia, sia per la notevole frequenza di punti vendita del canale *retail* sia perché sono i principali mercati nazionali del vino trentino.

1.1) Definizione del campione

Nella definizione del campione nel 2004 si è proceduto alla scelta ed all'incrocio delle seguenti variabili principali:

- la demografia della popolazione presente nelle aree di indagine (dati censimento);
- la demografia commerciale della GDO secondo le due categorie supermercati e ipermercati.

Le città delle tre regioni precedentemente definite sono state suddivise secondo i seguenti criteri:

- $x >$ di 450 mila abitanti (2 città);
- di 150 mila $< x <$ di 450 mila abitanti (5 città);
- $x <$ di 150 mila abitanti (10 città).

Ognuno dei tre gruppi rappresenta lo stesso peso demografico nel campione.

Per quanto riguarda la demografia commerciale delle regioni prese in considerazione dalla ricerca è stato rintracciato l'universo dei punti vendita

¹ "Il sistema di produzione del vino trentino; una ricerca esplorativa sugli aspetti dell'intera filiera" in Economia trentina - Dossier Vino, Anno LIII n. 1/2, C.C.I.A.A. Trento, Trento, 2004, pp. 14-25 - "Lo spumante trentino in cifre" indagine sulla produzione spumantistica 2003, Anno 2004, Osservatorio delle produzioni trentine - "Il Müller Thurgau trentino" produzione commercializzazioni e mercati, Anno 2006, Osservatorio delle produzioni trentine

secondo le due categorie *retail* supermercati e ipermercati² come nella seguente tabella.

**Distribuzione punti vendita nelle tre regioni
a campione per tipologia (dati 2002)³**

Regione	n. Supermercati	n. Ipermercati
Lombardia	1.225	97
Veneto	830	29
Emilia Romagna	578	27
Totale	2.514	171

Fonte: Federdistribuzione

In base ai dati sull'universo demografico e sulla demografia commerciale delle città a campione (supermercati 465; ipermercati 134; universo 599 esercizi)⁴, per ottenere un livello di confidenza che raggiunga il 90% il campione è stato calcolato in 90 unità ripartite per città, proporzionalmente alla densità commerciale di ciascuna.

Va tuttavia tenuto presente che nel biennio 2005-07 a livello nazionale si sono registrate delle variazioni nell'evoluzione del numero complessivo di esercizi commerciali quantificabile in un +16% per il settore ipermercati, un +5% per i supermercati e un +17% per i discount⁵. Il peso del canale distributivo moderno (Ipermercati, Supermercati, Superette, Discount) nel settore alimentare è passato dal 68,9% del 2005 al 70,2% del 2007⁶. Si è scelto tuttavia di mantenere il campione costante per non inficiare la comparabilità dei dati.

² Sistema Statistico Nazionale ISTAT, Classificazione delle attività economiche, Ateco 2002, derivata dalla Nace Rev. 1.1, p. 173 (si tratta della versione nazionale della classificazione (NACE Rev. 1.1) definita in ambito europeo e approvata con Regolamento della Commissione n. 29/2002, pubblicato su Official Journal del 10/1/2002).

52.11.1 *Ipermercati* - esercizi di vendita al dettaglio di grande superficie (normalmente superiore a 2.500 mq), articolati in reparti (alimentare e non alimentare), ciascuno dei quali avente, rispettivamente, le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino.

52.11.2 *Supermercati* - esercizi di vendita al dettaglio operanti nel settore alimentare, organizzati prevalentemente a libero servizio e con pagamento all'uscita, che dispongono di una superficie di vendita normalmente superiore a 250 mq e di un vasto assortimento di prodotti alimentari in prevalenza preconfezionati nonché articoli del settore non alimentare per l'igiene e la pulizia della casa, della persona e degli animali.

³ Federdistribuzione: *la rete di vendita della Distribuzione moderna nelle regioni italiane*.

⁴ *Rapporto sugli aspetti strutturali del sistema distributivo italiano. Il commercio al dettaglio al 31 dicembre 2002*, pp. 208 e 215 (Sistema Statistico Nazionale, Ministero delle attività produttive, Direzione generale del Commercio delle Assicurazioni e dei Servizi).

⁵ *Mappa del sistema distributivo italiano* - Federdistribuzione, 2008

⁶ *Ibid.*

Numero di rilevazioni suddivise in centri urbani e demografia commerciale

Gruppi Urbani	Citta'	N. Supermercati		N. Ipermercati	
		Presenti	20 Rilevazioni per gruppo	Presenti	10 Rilevazioni per gruppo
Grandi	Milano	135	15	27	6
Grandi	Bologna	39	5	6	4
Medi	Padova	25	3	8	2
Medi	Verona	34	5	6	2
Medi	Brescia	41	6	15	2
Medi	Modena	22	3	9	2
Medi	Parma	22	3	3	2
Piccoli	Vicenza	22	3	5	1
Piccoli	Mantova	11	1	6	1
Piccoli	Cremona	15	2	3	1
Piccoli	Bergamo	18	3	7	1
Piccoli	Reggio Emilia	22	3	3	1
Piccoli	Treviso	14	2	6	1
Piccoli	Pavia	12	2	8	1
Piccoli	Como	10	1	10	1
Piccoli	Varese	9	1	8	1
Piccoli	Ferrara	14	2	4	1

Per mantenere il campione costante sono state sostituiti 4 punti vendita indisponibili per chiusura o ristrutturazione in 2 località delle 17 distribuite nelle tre regioni selezionate nell'indagine del 2006. In totale il campione è composto da 29 Ipermercati e 61 Supermercati⁷. La rilevazione dati è stata effettuata da una società specializzata in ricerche di mercato che ha svolto l'attività sul campo tra il 12 ottobre e il 15 novembre 2008, periodo idoneo in quanto non influenzato da alta stagionalità e con caratteristiche simili a quello primaverile, in cui sono state effettuate la prima e la seconda edizione della ricerca.

⁷ Compresi i punti vendita di dimensioni "superette", da una a sei casse e superfici di vendita inferiori ai 1500 mq.

1.2) Strumento d'indagine

Come per le precedenti edizioni della ricerca (2004/2006) l'obiettivo di questo lavoro è misurare il posizionamento e la competitività a scaffale del vino e dello spumante trentino nella GDO in termini assoluti e rispetto ai loro diretti *competitor*. Per leggere il mercato del vino nel canale GDO, bisogna conoscere i dati di vendita delle catene e rilevare il posizionamento e i prezzi dei vini a scaffale. Dalla letteratura sul *retail management* si deduce però che nella maggior parte dei casi gli scaffali sono un ottimo indicatore per definire anche i dati di vendita e di fatturato dei punti vendita.

Si è deciso pertanto di concentrare l'attenzione sull'analisi dello scaffale con uno strumento di rilevazione che contemplasse i seguenti criteri:

- *Tipologia del punto vendita;*
- *Dimensione del reparto vino ed organizzazione dello scaffale;*
- *Griglia di rilevazione delle referenze trentine (produttore, denominazione, etichetta vino, anno di vinificazione o sboccatura per gli spumanti, prezzo, cm/referenza, n. scaffale - da 1 a 6, dal basso verso l'alto -, imballo 1 x lt. 0,75 - 2 x lt. 0,375 - 3 x altro);*
- *Lettura del display:* la nuova progettazione ha visto un incremento delle rilevazioni, definendo la lettura integrale degli scaffali spumanti. Nelle passate edizioni, infatti, l'interesse per la ricerca è stato dimostrato soprattutto per l'indice di posizionamento quale strumento utile per valutare il grado di presenza e di rilevanza che viene data alle referenze trentine. Queste segnalazioni che sono giunte all'Osservatorio sono state concretizzate nella nuova progettazione attraverso una selezione mirata delle categorie prese in esame. Per lo spumante trentino TRENTO DOC - quale vino *testimonial* d'eccellenza per la vitivinicoltura provinciale - si è optato per una lettura integrale dello scaffale spumanti, tralasciando il precedente metodo delle referenze di prossimità⁸.

⁸ Griglia di rilevazione dei vini *competitor* (come per le griglia dei vini trentini, venivano rilevate le nove referenze a margine della referenza trentina in oggetto, ricostruendo quindi in parte lo scaffale vino).

2. I dati in breve

Il numero medio di referenze trentine per punto vendita è passato da 12,18 del 2004 a 12,87 del 2006 fino alle attuali 14,38 (+ 11,81% dal 2006), mentre si è mantenuto costante il numero di punti vendita che hanno nell'offerta vini e spumanti trentini (87 su 90) con un incremento di due punti vendita con spumanti trentini.

Il numero medio di referenze totali di vino trentino per punto vendita incrementa soprattutto grazie alla maggiore presenza di referenze di vino spumante, che compensa un calo di 32% del *facing out* che passa da una media di 25 cm a 17 cm.

**Metri lineari di esposizione dedicati al vino
nelle tre tipologie di punti vendita di esercizi a campione - anno 2008**

Tipologia punto vendita	Numero	Metri lineari
Ipermercato	27	1.487
Su perette⁹	44	576
Supermercato	19	1.096
Totale	90	3.159

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine - Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

L'organizzazione del reparto vino è diversa a seconda delle tipologie di punto vendita. I grandi esercizi commerciali, siano essi ipermercati o grandi supermercati di ultima generazione, dedicano particolare attenzione all'allestimento della zona vini, con ambientazioni tematiche, illuminazione e arredamento che creano uno spazio specifico richiamando l'ambiente enoteca, e privilegiando uno scaffale organizzato per tipologie e regioni.

I piccoli punti vendita, come si legge anche nei dati riportati nella tabella sottostante, per motivazioni soprattutto di spazio, sono costretti ad un'esposizione tradizionale organizzata per tipologie.

⁹ Piccoli supermercati di vicinato, che non hanno in genere più di 6 casse, desunti a posteriori, dopo le rilevazioni.

Organizzazione scaffale vino per tipologia di punto vendita – anno 2008

Tipologia punto vendita	Organizzazione scaffale				
	Tipologia vini	Regione	Tipologia vini/ Regione	Regione/ Tipologia vini	Altro
Ipermercato	20%	0 %	60%	20%	0 %
Superette	70%	3%	27%	0 %	0 %
Supermercato	50%	0 %	50%	0 %	0%

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Esponiamo nelle tavole sinottiche di seguito i dati sintetici dei vini trentini e loro *competitor* rilevati a scaffale, con le relative variazioni dall'anno 2006.

Vino trentino nella GDO del Nord Italia – Dati sintetici anni 2006/08

Elementi punto vendita	2006	2008	Var. 08/06
Punti vendita	90	90	-
Totale metri lineari dedicati al vino trentino	m. 286,7	m. 223,4	- 22,1%
Media metri lineari dedicati al vino trentino per punto vendita	m. 3,18	m. 2,62	- 17,6%
Totale referenze vino trentino rilevate	1.178	1.252	+ 6,3%
Numero medio di referenze per punto vendita	12,87	14,39	+ 11,8%
Media €/referenza di vino trentino	€ 5,82	€ 6,35	+ 9,1%
Numero totale di Aziende rilevate	18	21	+ 16,6%
Spazio medio dedicato alle singole referenze trentine nei punti vendita (in metri lineari)	m. 0,25	m. 0,17	- 32,0%

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Spumanti competitor nella GDO del Nord Italia – Dati sintetici anno 2008¹⁰

Punti vendita (numero)	90
Totale metri lineari dedicati al vino <i>competitor</i>	m. 1.036
Media metri lineari dedicati al vino <i>competitor</i> per punto vendita	m. 11,5
Numero totale Aziende rilevate	626
Totale referenze vino <i>competitor</i> rilevate	2.639
Media €/referenza di vino <i>competitor</i>	€ 5,51

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

La lettura dei dati dei vini *competitor* spumanti non può assolutamente essere disgiunta dalla lettura dei dati dei vini trentini.

¹⁰ Referenze Vino non trentino adiacenti alle referenze trentine (vedi strumento di indagine p. 19)

3. I vini trentini

Le etichette di vino trentino prodotto dalle 21 aziende trentine rilevate a scaffale sono state 182 (con un incremento di 20 unità rispetto al 2006) per 35 tipologie di vino e 6 denominazioni, per un totale di 1.252 referenze su 87 punti vendita. Sul totale delle referenze, gli 888 vini fermi e passiti ne rappresentano il 70,9% mentre il restante 29,1% riguarda vini spumanti e frizzanti.

Nelle successive tabelle vengono riportati i dati con le relative variazioni rispetto alla rilevazione del 2006. Si osservi la sostanziale stabilità dei vini fermi, mentre per i vini spumanti si assiste ad una consistente crescita di presenze di prodotti metodo classico che bilanciano il contenuto calo degli *charmat*, con un risultato positivo del 20,4% per gli spumanti e di un complessivo 6,28% di tutte le referenze (vedi tab. pag. 8).

Vini fermi e passiti rilevati per categoria – anno 2008

CATEGORIA	Vinificazione				Totale per categoria	
	Fermo	var % 08/06	Passito	var % 08/06	TOTALE	var % 08/06
BIANCO	397	- 7,56 %	2	-	399	- 7,52%
ROSATO	43	+ 115 %			43	+ 115 %
ROSSO	446	- 0,90 %			446	- 0,90 %
TOTALE	886	+11,01%	2	-	888	+1,22%

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

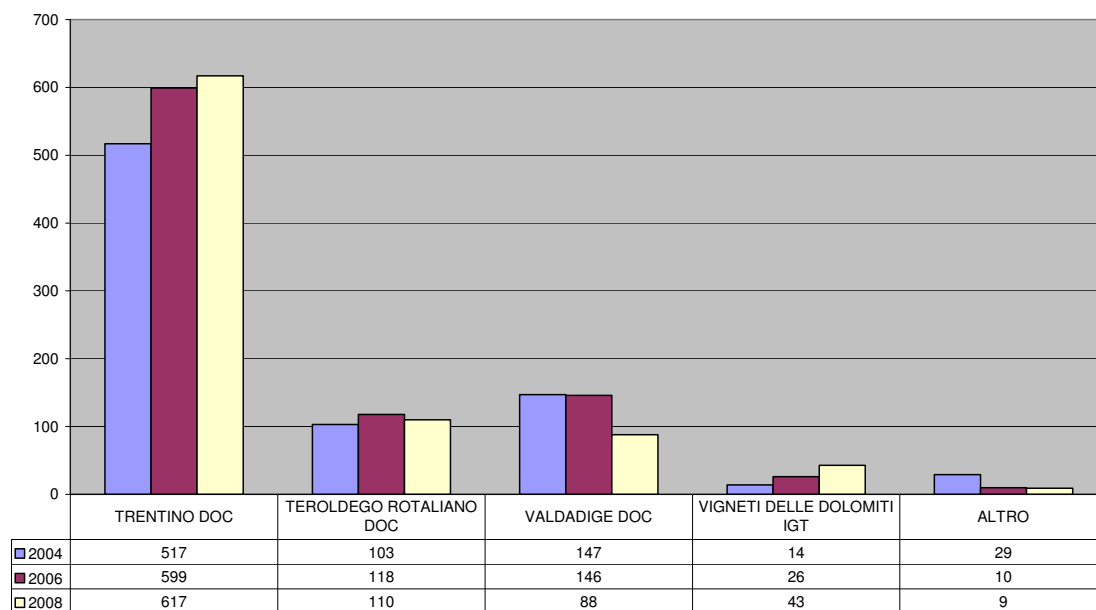
Spumanti trentini metodo classico e charmat per categoria – anno 2008

CATEGORIA	Metodo di spumantizzazione				TOTALE	
	<i>charmat</i>	var % 08/06	classico	var % 08/06	Totale	var % 08/06
BIANCO	84	-10,6%	224	+ 50,3%	308	+ 23,7%
RISERVA	-	-	3	- 40,0%	3	- 40,0%
ROSATO	-	-	53	+ 76,6%	53	+ 76,6%

TOTALE	84	-10,6%	280	+52,2%	364	+30,9%
---------------	-----------	---------------	------------	---------------	------------	---------------

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

VINI TARENTINI - FERMI E PASSITI



Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

3.1) Vini fermi e passiti

Le denominazioni maggiormente presenti sugli scaffali sono Trentino D.O.C., Valdadige D.O.C. e Teroldego rotaliano D.O.C.. Nonostante le notevoli flessioni tra le denominazioni con il minor numero di referenze l'andamento si conferma complessivamente positivo nonostante una leggera flessione dell'1,22% delle referenze. In particolare, come già segnalato (tab. pag 9) nonostante una flessione netta delle referenze di vino bianco si è avuto un incremento netto del +115% dei vini rosati, come tendenza del mercato che li vede nuovamente protagonisti.

La denominazione Trentino D.O.C. negli ultimi anni ha avuto una costante crescita con un aumento medio annuo stimato del 4,8% dal 2004 mentre la denominazione Valdadige D.O.C. cala di quasi il 40%. Nello specifico le tipologie Trentino D.O.C. (che rappresentano oltre il 69,4% delle referenze a denominazione trentine contro il 66% del 2006) più presenti appartengono a vitigni considerati tra i più rappresentativi del territorio, come il Müller Thurgau

(19,1% della Trentino D.O.C.) e lo Chardonnay (11,5%) tra i bianchi ed il Marzemino tra i rossi (14,6%). Nel complesso i vini rappresentativi sono il 57,4% delle referenze con denominazione Trentino D.O.C.11. I vitigni internazionali all'interno di questa denominazione rappresentano meno della metà delle presenze (292 referenze, 47,2%) con flessioni sostanziali sia per i rossi (Pinot Nero, Merlot, Cabernet, Cabernet Sauvignon) che per i bianchi (Pinot Grigio, Chardonnay, Sauvignon e Pinot Bianco). Il Teroldego rotaliano D.O.C., che rappresenta il 12,4% dei vini fermi a denominazione, cala del 6,8% rispetto alla precedente rilevazione del 2006, ma si mantiene il vino rosso trentino più presente sugli scaffali dei punti vendita considerati a campione (contro il 10,1% del Marzemino).

Referenze trentine vino fermo, passito e frizzante per denominazione

DENOMINAZIONE	N. ref. 2004	N. ref. 2006	Nr. ref. 2008	Var. 2008/06
TRENTINO DOC	517	599	617	+3,0%
TEROLDEGO ROTALIANO DOC	103	118	110	- 6,8%
VALDADIGE DOC	147	146	88	- 39,8%
VIGNETI DELLE DOLOMITI IGT	14	26	43	65,4%
LAGO DI CALDARO DOC	Nd	Nd	4	Nd
NOVELLO	Nd	Nd	1	Nd
ALTRO	29	10	4	
Totale	810	899	848	- 4,5%

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Referenze di vini rilevati per la denominazione Trentino D.O.C. per vitigno

VITIGNO	N. ref. 2004	N. ref. 2006	Nr. ref. 2008	Var. 2008/06
MÜLLER THURGAU	111	138	118	- 14%
MARZEMINO	85	92	90	- 2%
PINOT GRIGIO	41	67	62	- 7%
CHARDONNAY	69	66	71	+ 8%
TRAMINER AROMATICO	36	57	68	+ 19%

¹¹ Vedi anche Tabella pag. 14 – I vitigni rappresentativi sono Müller Thurgau, Nosiola, Teroldego, Marzemino a cui si sono voluti aggiungere nel conteggio lo Chardonnay e il Traminer Aromatico in quanto particolarmente apprezzati dal mercato.

PINOT NERO	46	49	55	+ 12%
MERLOT	39	42	40	- 5%
CABERNET	21	19	43	+ 126%
MOSCATO GIALLO	13	13	10	- 23%
CABERNET SAUVIGNON	6	12	19	+ 58%
SAUVIGNON	7	9	1	- 89%
LAGREIN	8	7	5	- 23%
LAGREIN KRETZER/ROSATO	7	7	4	- 42%
PINOT BIANCO	19	6	1	- 83%
NOSIOLA	Nd	Nd	8	Nd
ALTRI	Nd	Nd	22	Nd
Totale	508	583	617	+ 5,8%

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Referenze di vini Teroldego per denominazione

DENOMINAZIONE	N. ref. 2004	N. ref. 2006	Nr. Ref. 2008	Var. 2008/06
TEROLDEGO ROTALIANO DOC	103	119	110	- 6,8%
VIGNETI DELLE DOLOMITI IGT	Nd	11	14	+ 27,2%
Totale	103	130	124	- 4,8%

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Numero di referenze distinte per i vitigni autoctoni o rappresentativi del Trentino e per denominazione di origine – anno 2008

TIPOLOGIA	TEROLDEGO ROTALIANO DOC	TRENTINO DOC	TRENTINO DOC SUPERIORE	VIGNETI DELLE DOLOMITI IGT	Totale referenze/ vitigno	% su totale vitigno/vini fermi TN
CHARDONNAY	-	71			71	8,0 %
MARZEMINO	-	88			88	9,9 %
MARZEMINO D'ISERA	-		2		2	0,2 %
MÜLLER THURGAU	-	118		29	147	16,6 %
NOSIOLA	-	9			9	1,0 %
TEROLDEGO	110			14	124	14,0 %
TRAMINER AROMATICO	-	68	2		70	7,9 %
TOTALE	110	354	4	43	511	57,5 %

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

3.2) Vini spumanti e frizzanti

Le referenze di vini spumanti trentini rilevate sono state complessivamente 364 (29,1% delle referenze totali), di cui ben 280 (77% degli spumanti) sono vinificate a *metodo classico*, della denominazione TRENTO DOC, aumentate considerevolmente rispetto alle 184 rilevate nel 2006, presenti in 87 dei 90 punti vendita.

Il TRENTO DOC si conferma quindi come il più rappresentativo del Trentino nella GDO. Si evidenzia soprattutto l'ottima crescita di prodotti rosati, presenti con nuove etichette e cresciuti quasi il doppio rispetto al 2006. Le referenze a *vinificazione charmat*, in lieve crescita rispetto al passato, sono complessivamente 84. La diffusione dello spumante trentino copre tutti i punti vendita ove si sono rilevati vini trentini.

Denominazioni Spumanti e vini spumanti trentini

VITIGNO	CHARMA T 2004	CHARMA T 2006	CHARMA T 2008	METODO CLASSICO 2004	METODO CLASSICO 2006	METODO CLASSICO 2008	Var. 2008/0 6
TRENTO DOC	-	-	-	172	184	280	+ 53,3%
VIGNETI DELLE DOLOMITI IGT	Nd	26	26	-	-	-	+ 0,0%
VINO DA TAVOLA	38	68	58	-	-	-	- 14,7 %
Totale	Nd	94	84	172	184	280	+30,9 %

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Categoria Spumanti e vini spumanti trentini

VITIGNO	CHARMA T 2004	CHARMA T 2006	CHARMA T 2008	METODO CLASSICO 2004	METODO CLASSICO 2006	METODO CLASSICO 2008	Var. 2008/0 6
BIANCO	38	94	84	143	149	224	+23,7%
RISERVA	0	0	0	0	5	3	-60%
ROSATO	0	0	0	29	30	53	+76,6
Totale	Nd	94	84	172	184	280	+30,9 %

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

3.3) Spumanti competitor

Le referenze di vini *competitor* spumanti rilevate a scaffale sono state 3.117, di 269 aziende nazionali ed estere. I vini spumanti a denominazione sono complessivamente 1.693 (54%) contro i 1.424 (46%) di referenze senza alcuna certificazione. Complessivamente le denominazioni rilevate sono 26.

Le referenze di vini spumanti a metodo *charmat* sono 2.429 (78%) delle referenze totali, mentre i vini spumanti a metodo classico e *champenoise* occupano il 22% (688 referenze).

Spumanti competitor rilevati per categoria

Categorie	Metodo classico	%	Metodo charmat	%
BIANCO	619	89,97%	2.195	90,37%
ROSATO	67	9,74%	101	4,15%
ROSSO	2	0,29%	133	5,47%
Totale	688	100,00%	2.429	100,00%

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Nella tavola sinottica di seguito vengono riportate nel dettaglio le frequenze delle tipologie di spumante rilevate a scaffale e le tipologie trentine. Si evidenzia come il TRENTO DOC sia la denominazione di spumante a metodo classico più presente sugli scaffali del campione, preso in esame dall'indagine, mentre il vino spumante più presente, e con il maggior numero di referenze, è il Prosecco.

Spumanti competitor rilevati per tipologia e denominazione

Tipologie spumanti a scaffale	Frequenze	%
SPUMANTE SECCO	640	20,53%
SPUMANTE DOLCE	412	13,22%
PROSECCO	337	10,81%
ASTI DOCG	256	8,21%
CHAMPAGNE	229	7,35%
FRANCIACORTA DOCG	219	7,03%
PROSECCO DI VALDOBBIADENE DOC	210	6,74%
SPUMANTE METODO CLASSICO	173	5,55%
BRACCHETTO D'ACQUI DOCG	130	4,17%

PROSECCO DI CONEGLIANO DOC	124	3,98%
OLTREPO' PAVESE DOC	170	5,45%
PROSECCO DI VALDOBBIADENE SUPERIORE DI CARTIZZE DOC	45	1,44%
CAVA	39	1,25%
BEVANDA AROMATIZZATA (FRAGOLINO)	35	1,12%
OLTREPO' PAVESE DOCG	28	0,90%
MOSCATO D'ASTI DOCG	26	0,83%
RECIOTO DI GAMBELLARA DOCG	12	0,38%
Altro	32	1,03%
TOTALE	3.117	100%

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Confronto tra categorie di spumanti (trentini + competitor) per denominazione

Tipologie spumanti a scaffale	Frequenze	%
PROSECCO (TUTTE DOC E IGT)	718	20,6%
SPUMANTE SECCO CHARMAT	640	18,4%
SPUMANTE DOLCE CHARMAT	412	11,8%
TRENTO DOC	280	8,0%
ASTI DOCG	256	7,4%
CHAMPAGNE	229	6,6%
FRANCIACORTA DOCG	219	6,3%
OLTREPO' PAVESE DOC	170	4,9%
SPUMANTE METODO CLASSICO	173	5,0%
BRACCHETTO D'ACQUI DOCG	130	3,7%
ALTRI	77	2,2%
SPUMANTI TARENTINI	84	2,4%
CAVA	39	1,1%
OLTREPO' PAVESE DOCG	28	0,8%
MOSCATO D'ASTI DOCG	26	0,7%
Totale	3.481	100,0%

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Come anticipato il vino con maggior numero di referenze e aziende imbottigliatrici è il Prosecco. Le aziende produttrici totali rilevate sono circa 500 per un totale di 718 presenze etichette (oltre il 20% di tutte le referenze

spumante dei punti vendita considerati). Qui di seguito si illustra nel dettaglio la presenza suddivisa per denominazione.

Vini competitor spumanti prosecco per denominazione

DENOMINAZIONE	Nr.	%
PROSECCO (NESSUNA DEN.)	337	46,94%
PROSECCO DI CONEGLIANO DOC	124	17,27%
PROSECCO DI VALDOBBIADENE DOC	210	29,25%
PROSECCO DI VALD. SUP. CARTIZZE DOC	45	6,27%
PROSECCO IGT MARCA TREVIGIANA	2	0,28%
Totale	718	100,00%

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Nello specifico, osservando le denominazioni di vino a metodo classico si nota una distribuzione presenze/produttori/etichette diversa rispetto ai metodi *charmat*. Escludendo gli *Champagne*, presenti con numerose referenze e produttori, la Franciacorta è l'unica denominazione rilevata con numerosi produttori ed etichette, mentre il TRENTO DOC e i metodi classici sono polarizzati in pochi marchi, distribuiti nella quasi totalità dei punti vendita a campione.

Spumanti competitor a metodo classico

SPUMANTE METODO CLASSICO	Frequenze	Numero produttori	Numero etichette	Etichette/produttori
TRENTO DOC	280	6	15	2,5
CAVA	39	2	2	1
CHAMPAGNE	213	24	32	1,3
FRANCIACORTA DOCG	210	29	63	2,2
OLTREPO' PAVESE DOCG	27	2	3	1,5
SPUMANTE METODO CLASSICO	155	3	10	3,3

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

4. Analisi tecnica di retail management

4.1) Posizionamento

Come già accennato nella prefazione e nel testo, lo scopo principale di questo lavoro consiste nel presentare una sintesi dei dati significativi riguardo al posizionamento del vino trentino nella GDO del nord Italia. Oltre ai flussi di vendita, generalmente monitorati da agenzie specializzate e con lunga e pregressa esperienza di analisi di mercato, uno dei principali indicatori della competitività di un prodotto è la sua collocazione all'interno del lineare di vendita: il suo *facing out*. Una corretta elaborazione dei dati prevede, inoltre, la confrontabilità in termini relativi e assoluti in diversi archi temporali in modo da fornire la possibilità di effettuare comparazioni ed osservazioni per valutare l'andamento del mercato. Questa modalità consente di produrre elaborazioni che si traducono in strumenti utili per seguire le dinamiche evolutive del mercato. Nel presente lavoro, per quanto riguarda i vini trentini vengono presentati degli indici relativi all'andamento nell'arco temporale 2004/2008 del loro posizionamento sul lineare di vendita.

Si è decisa così la costruzione di un indice di sintesi, denominato successivamente "indice di posizionamento", che riassume due ordini di dati ritenuti fondamentali: lo scaffale di esposizione ed i centimetri occupati dalle referenze trentine sul lineare di vendita, nonché il numero di referenze complessive per categoria.

Un indice così costruito, che incrocia i due ordini di dati sopra menzionati, risulta in grado di definire la competitività di ogni tipologia di vino trentino, misurandola in centesimi. È importante ragionare però in termini relativi e non assoluti in quanto il valore 100 risulta essere una posizione ideale, raggiungibile solo nel caso in cui tutte le referenze trentine rilevate fossero state di un solo tipo e tutte avessero riportato i punteggi maggiori quali posizione a scaffale e centimetri dedicati.

4.2) Metodo di calcolo dell'indice di posizionamento

Si è proceduto ad assegnare ad ogni tipologia di vino un punteggio a seconda dello scaffale e dell'esposizione in centimetri rilevata. Una volta fatta

la media dei punteggi scaffale (X) ed esposizione (Y), distinti secondo le tipologie di vino, si è proceduto come di seguito:

	X	*	Y	*	N. ref.	= indice di posizionamento per tipologia ¹²
	9,5 ¹³		6 ¹⁴			

X= media dei punteggi scaffale per tipologia di vino

Y= media dei punteggi esposizione per tipologia di vino

Se ad esempio abbiamo nello scaffale di un supermercato di Modena 15 bottiglie della medesima referenza di Müller Thurgau al secondo ripiano, assegneremo due punti per lo scaffale e 3 punti per la superficie espositiva. Questi dati saranno elaborati in due medie aritmetiche di tutte le referenze di Müller Thurgau e divise per la somma dei punteggi delle singole categorie. I valori ottenuti saranno poi moltiplicati per il numero di referenze complessive rilevate.

L'indice di posizionamento, così rappresentato nei grafici successivi, evidenzia la differenza di competitività delle diverse tipologie di vini trentini rilevati. Le due colonne dell'istogramma illustrano l'indice espositivo ed il punteggio ottenuto dal posizionamento a scaffale mentre la linea rappresenta la loro sintesi, l'indice di posizionamento che è direttamente correlato con il numero di frequenze assolute ottenuto da ogni singola categoria.

Per facilitare la comparazione vengono suddivise le tipologie di vino per categoria di appartenenza (bianchi e rossi).

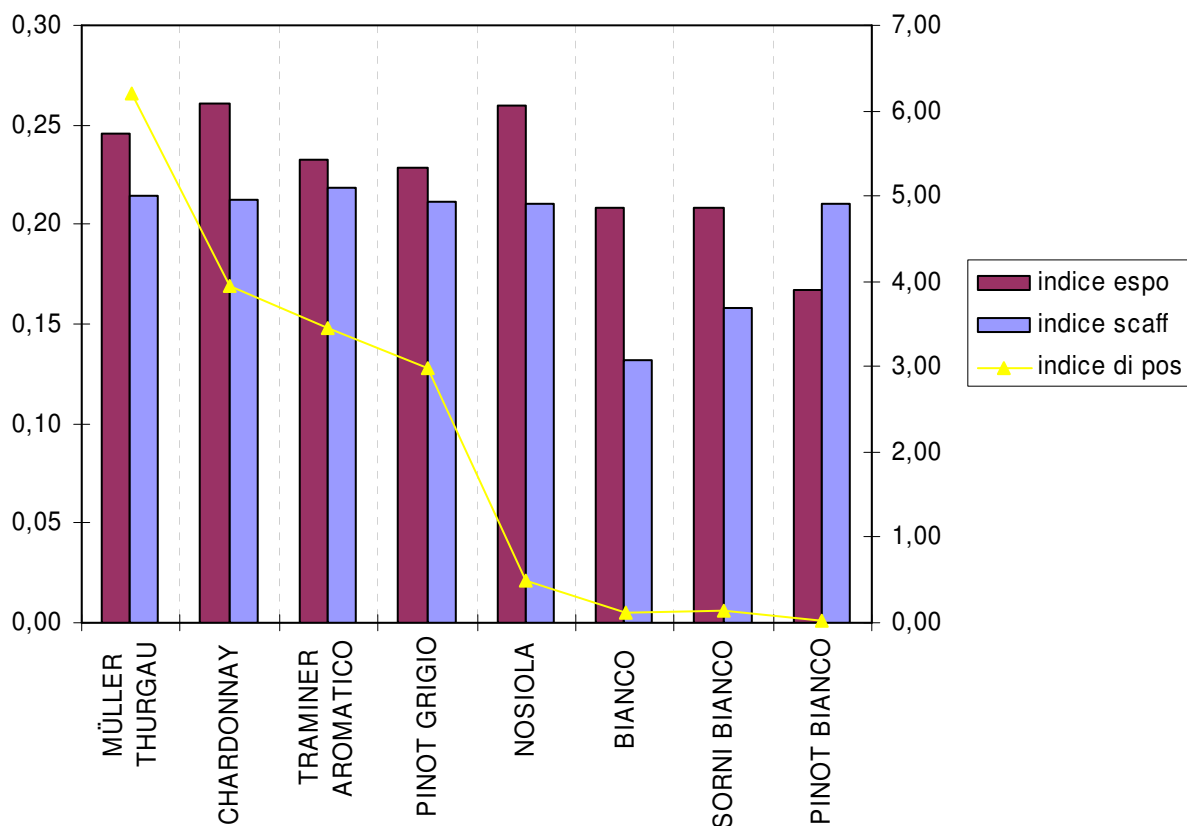
¹² Fatta la somma degli indici delle diverse tipologie, si riportano in grafico gli indici pesati e trasformati in base 100.

¹³ Scaffali da 1 (basso) a 6 (alto); ad ogni scaffale è stato assegnato un valore, rispettivamente: scaffale 1 = 1 / scaffale 2 = 2 / scaffale 3 = 3 / scaffale 4 = 2 / scaffale 5 = 1 / scaffale 6 = 0,5;

9,5 rappresenta la somma dei punteggi.

¹⁴ Tre fasce di esposizione in cm, rispettivamente abbinata a tre punteggi: fascia cm 0-15 = 1 / fascia cm 16- 25 = 2 / fascia oltre i 25 cm = 3; **6 rappresenta la somma dei punteggi.**

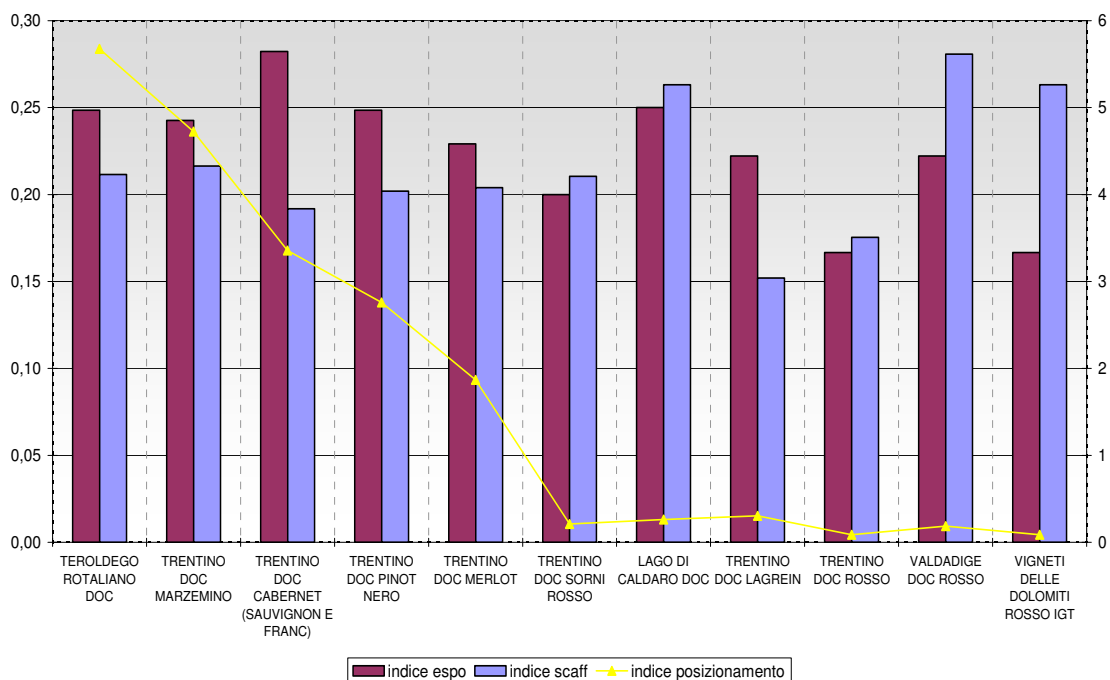
TRENTINO DOC (BIANCHI) - INDICE DI POSIZIONAMENTO



Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

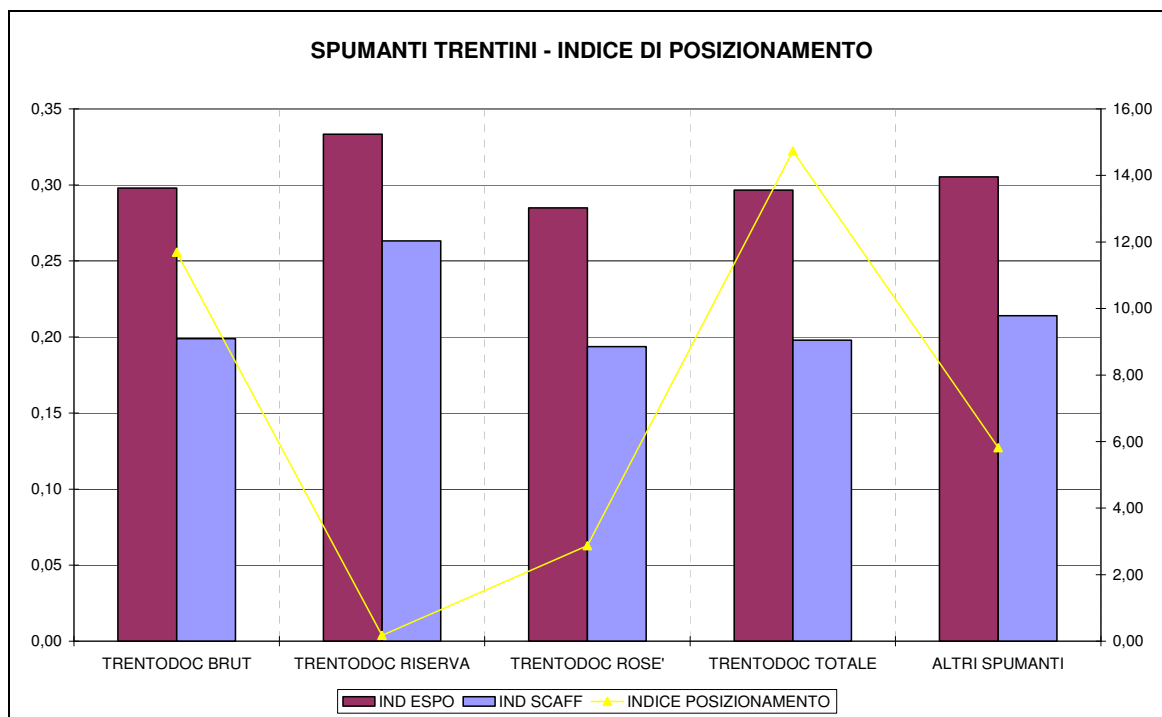
Per i bianchi è evidente il buon punteggio delle due tipologie caratteristiche del territorio trentino, il Müller Thurgau e lo Chardonnay, che evidentemente hanno conquistato i favori dei clienti dei supermercati.

VINI TRENTINI (ROSSI) - INDICE DI POSIZIONAMENTO



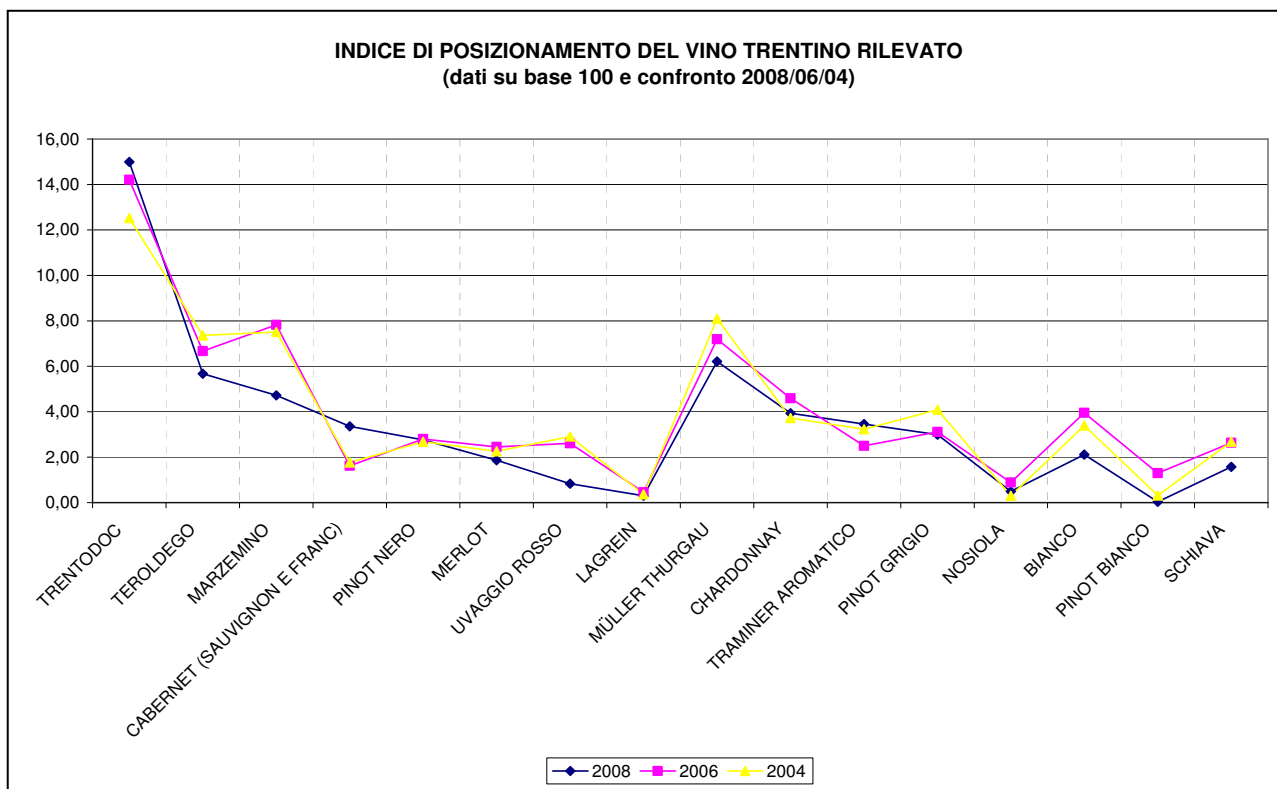
Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Il TRENTODOC ottiene riguardevoli risultati sull'indice di posizionamento trainato soprattutto dalle presenze sul lineare di vendita. Le case spumantistiche trentine si confermano, per i prodotti a metodo classico, leader del canale GDO, soprattutto per diffusione e per presenza negli allestimenti cantina dei punti vendita del nord Italia.



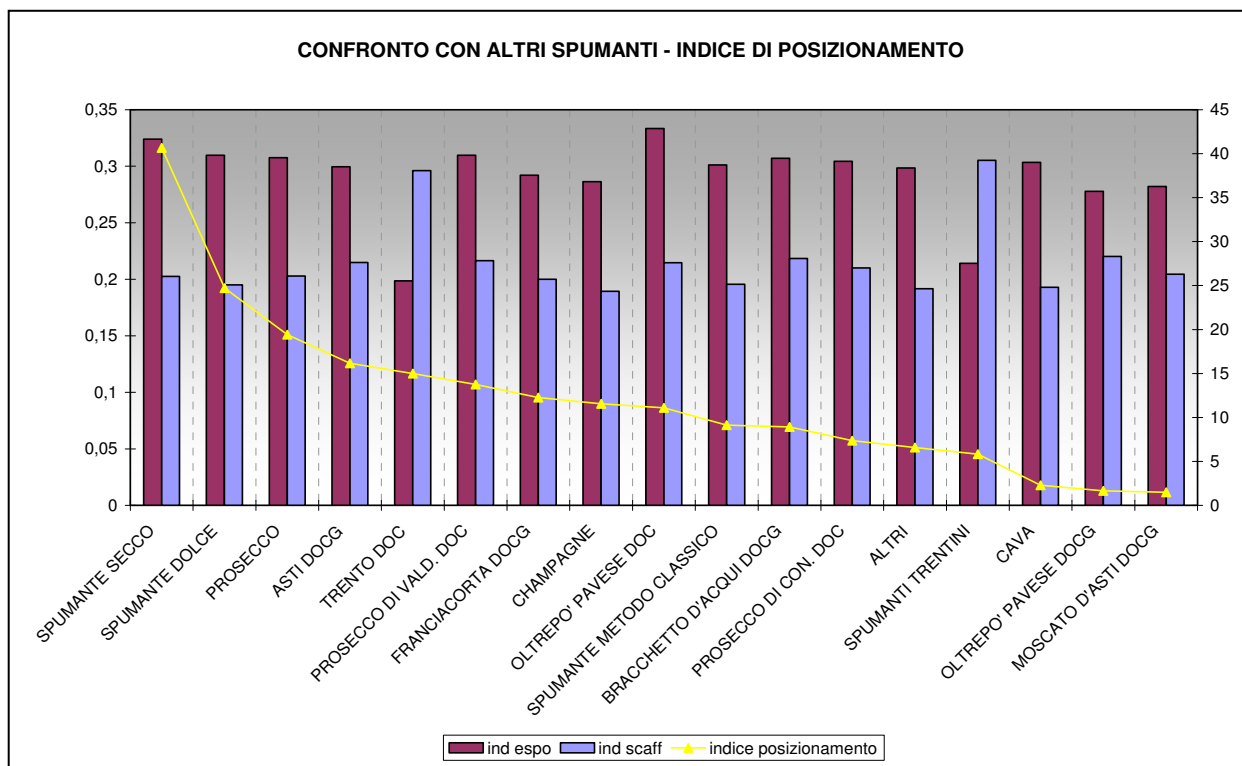
Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Per quanto riguarda le variazioni negli ultimi quattro anni, nonostante una leggera flessione di tutti i vini presenti a scaffale già nel 2004/06, il TRENTODOC continua a confermarsi il prodotto trentino con miglior posizionamento. Le due varietà rosse maggiormente rappresentative (Teroldego e Marzemino), sebbene mantengano la leadership tra quelle presenti in GDO, come si può notare dal grafico sottostante, hanno registrato un decremento dell'indice di posizionamento, dovuto soprattutto ad un calo del punteggio dello scaffale, nonché un leggero miglioramento posizionale della tipologia Traminer aromatico.



Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Per quanto riguarda il confronto con gli spumanti *competitor* si osserva il buon indice di posizionamento del TRENTODOC che, oltre ad avere un'eccellente diffusione (presente in 85 punti vendita su 87 in cui si trovano prodotti trentini), presenta un'ottima posizione a scaffale per i prodotti spumanti, che ha influito positivamente sull'indice di posizionamento. I leader degli scaffali, oltre ai generici prodotti *charmat* secchi e dolci, sono l'ASTI D.O.C.G. ed il Prosecco, in tutte le sue denominazioni.

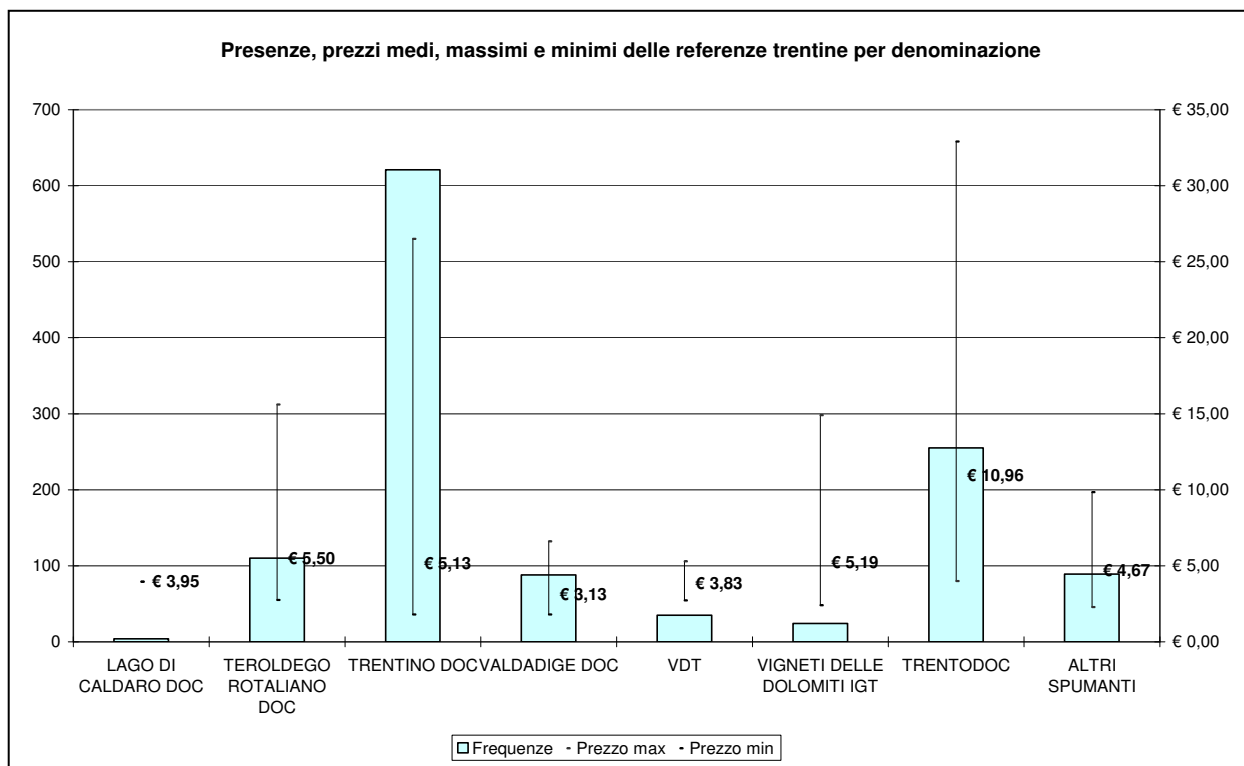


Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

4.3) Prezzi

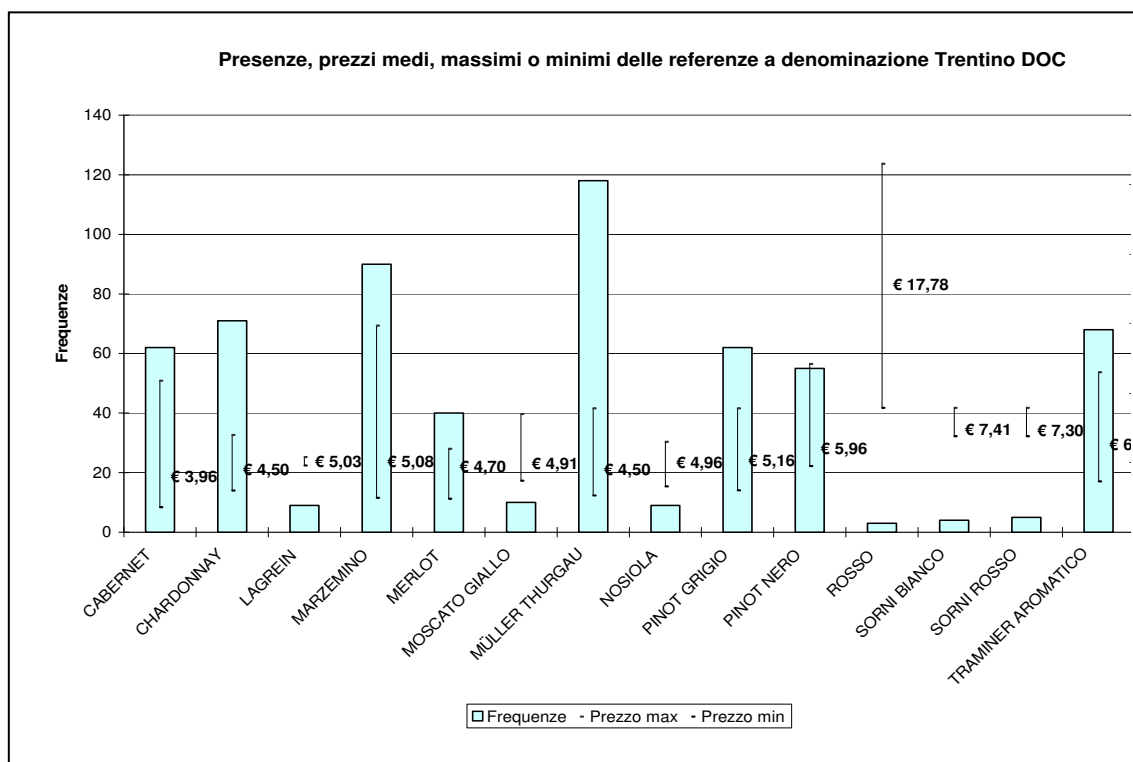
Il prezzo medio delle referenze di vino trentino è di € 4,92, quello degli spumanti trentini € 9,78 contro quello degli spumanti competitor che è di € 8,08.

Nel grafico seguente, senza distinzione tra vini fermi/passiti e spumanti, si presentano contemporaneamente cinque ordini di dati: l'istogramma rappresenta il numero delle presenze di vino trentino a denominazione, la barra verticale ad esso sovrapposta indica l'andamento del prezzo con il prezzo massimo rilevato all'estremità superiore, il minimo a quella inferiore ed il prezzo medio segnalato dalla posizione del dato sulla linea dalla barra orizzontale (l'indicazione di lettura di questo grafico è da considerare valida anche per i grafici a seguire).



Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Nel grafico sottostante si prendono in considerazione soltanto referenze a denominazione Trentino D.O.C. suddivise per vitigni.



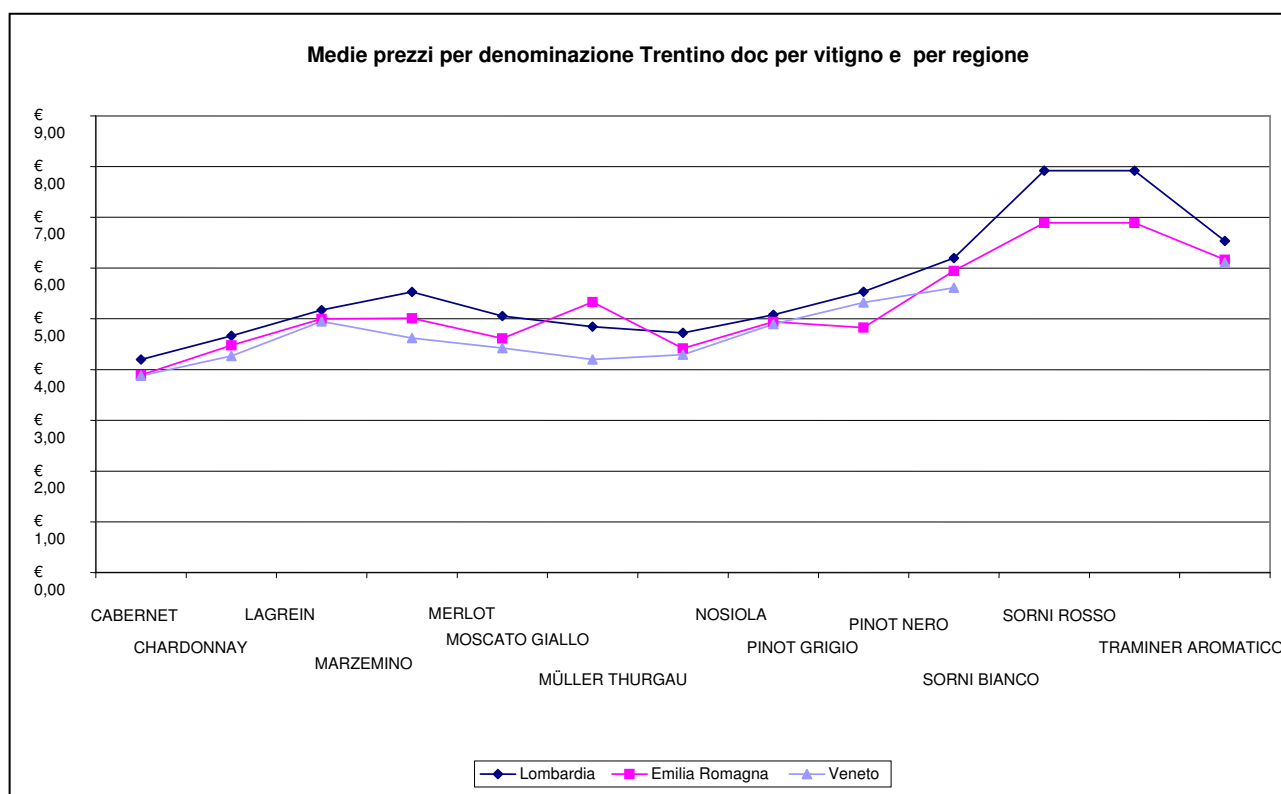
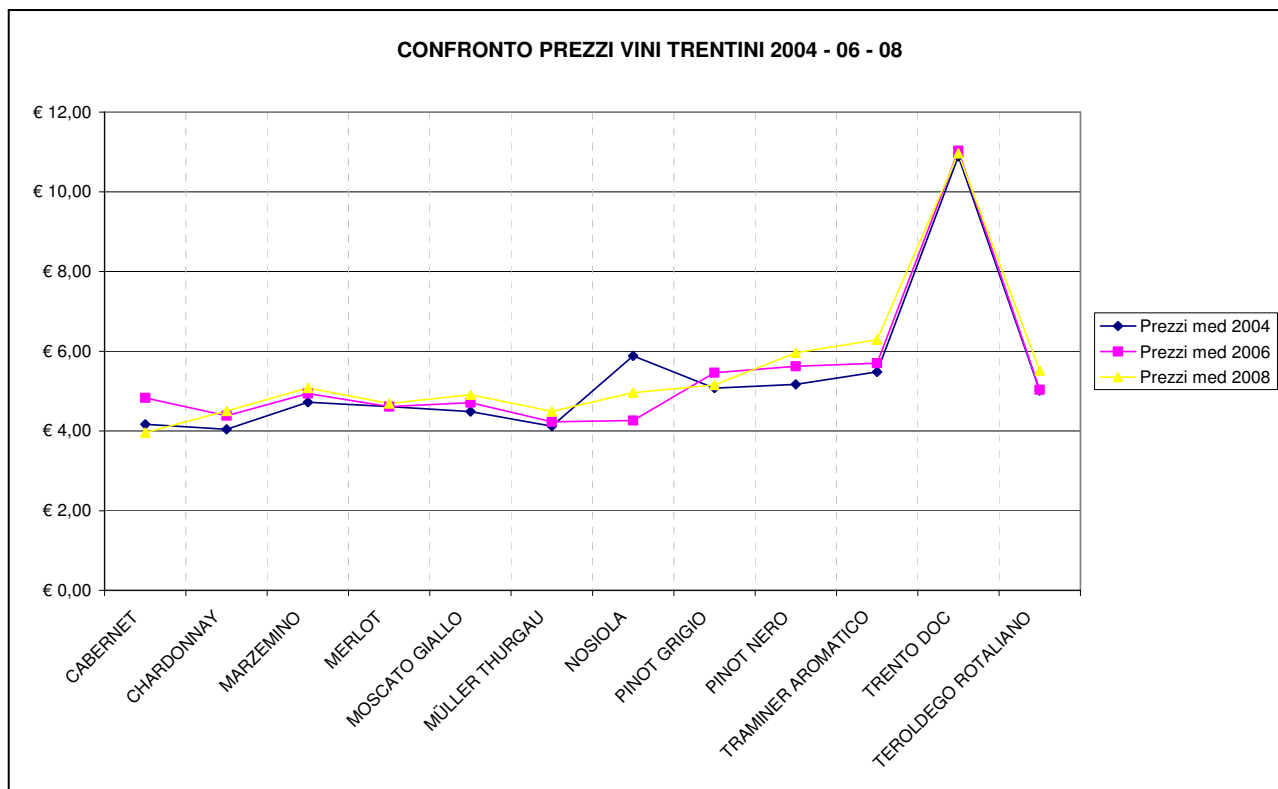
Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

Le variazioni di prezzo tra referenze sono molto contenute per la categoria di vini a denominazioni Trentino DOC, fatta eccezione per alcuni rari casi di prodotti di qualità più elevata (Trentino DOC Marzemino, Trentino DOC Traminer aromatico, etc.) presenti negli spazi "enoteca" di alcuni grandi ipermercati. E' significativo vedere come i prezzi medi registrino incrementi fino a sei punti percentuali fatta eccezione per alcune tipologie quali Nosiola, Traminer aromatico e Teroldego rotaliano che registrano rilevanti aumenti ed il Cabernet, invece, in netta flessione (tabella sottostante).

Prezzi medi vini e spumanti trentini rilevati per tipologie (var 08/06 in %)

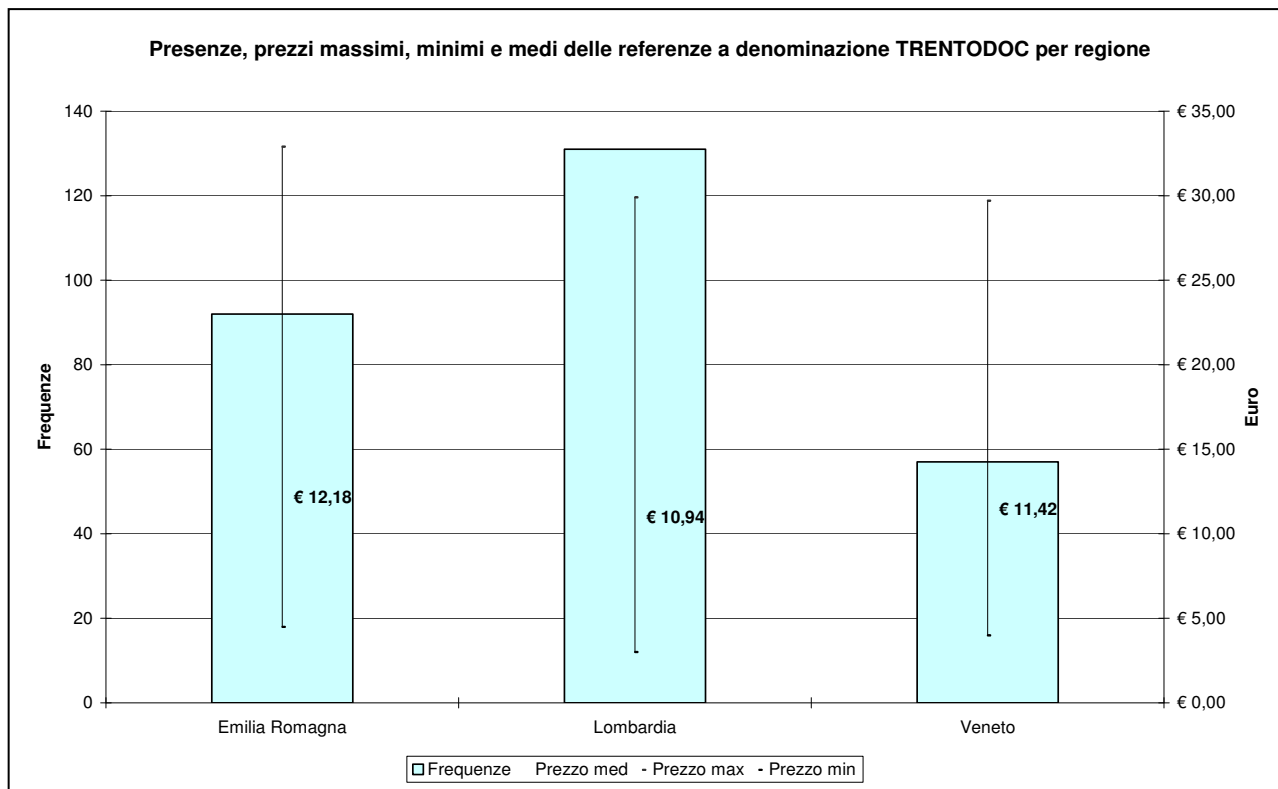
VINI		2004		2006		2008		Var 2008/06
		Nr. Ref.	Prezzi medi	Nr. Ref.	Prezzi medi	Nr. Ref.	Prezzi medi	
TRENTINO DOC	CABERNET	21	€ 4,17	31	€ 4,83	62	€ 3,96	-18,01%
	CHARDONNAY	69	€ 4,04	66	€ 4,38	71	€ 4,50	+2,74%
	MARZEMINO	85	€ 4,72	92	€ 4,94	90	€ 5,08	+2,83%
	MERLOT	39	€ 4,61	42	€ 4,61	40	€ 4,69	+1,74%
	MOSCATO GIALLO	13	€ 4,48	13	€ 4,71	10	€ 4,91	+4,25%
	MÜLLER THURGAU	111	€ 4,12	138	€ 4,23	118	€ 4,49	+6,15%
	NOSIOLA	13	€ 5,88	5	€ 4,26	9	€ 4,96	+16,43%
	PINOT GRIGIO	41	€ 5,08	67	€ 5,46	62	€ 5,15	-5,68%
	PINOT NERO	46	€ 5,17	49	€ 5,62	55	€ 5,96	+6,05%
	TRAMINER AROM.	35	€ 5,48	56	€ 5,70	68	€ 6,29	+10,35%
TRENTO DOC		213	€ 10,89	184	€ 11,03	280	€ 10,96	-0,63%
TEROLDEGO ROT.		103	€ 5,01	119	€ 5,03	108	€ 5,51	+9,54%

Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.



Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

E' interessante notare come i prezzi medi più alti siano stati rilevati in Lombardia e solo in alcuni casi in Veneto. L'Emilia Romagna risulta costantemente la regione dove il vino trentino ha prezzi medi più economici.

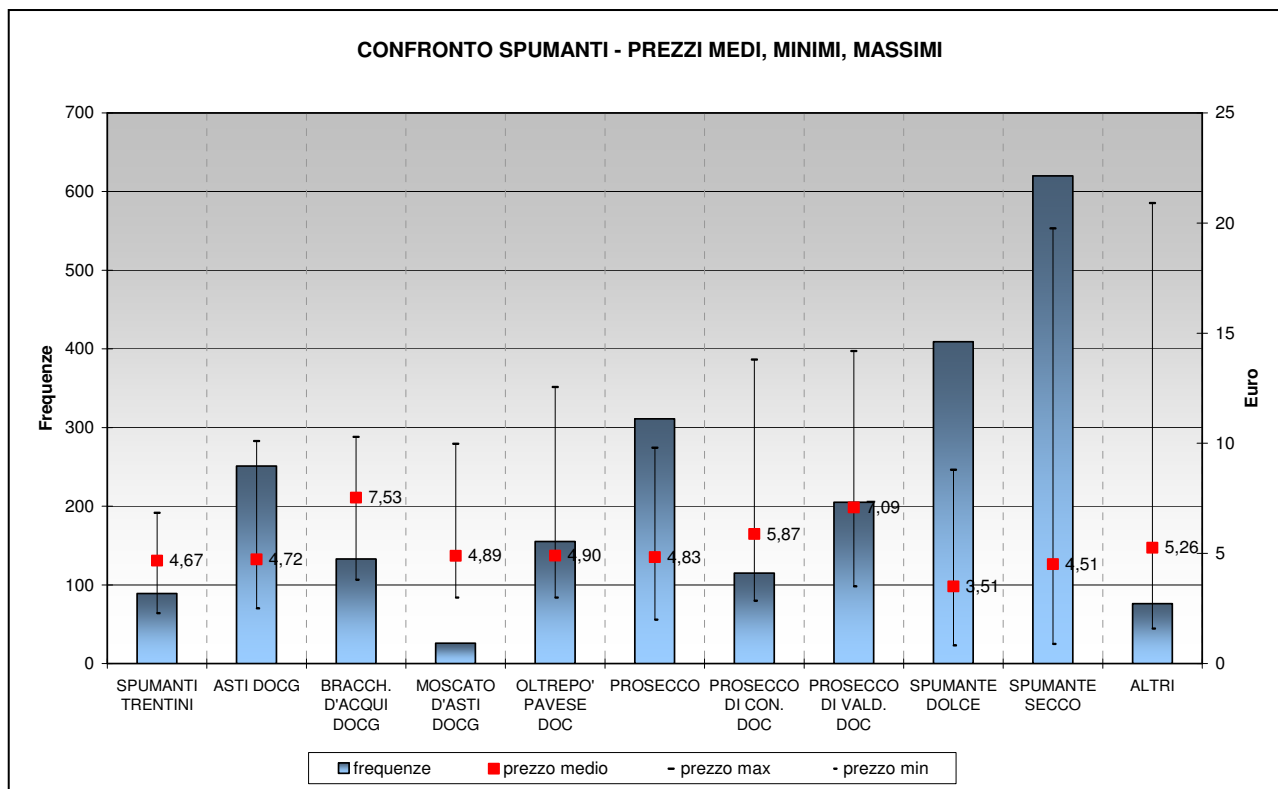


Come si è detto precedentemente lo Spumante TRENTODOC metodo classico è una delle referenze maggiormente presenti nei punti vendita a campione. Osservando la media dei prezzi è interessante notare come nonostante i prezzi massimi siano notevolmente diversi nelle tre regioni, il prezzo medio si attesta poco al di sopra dei 10,00 euro.

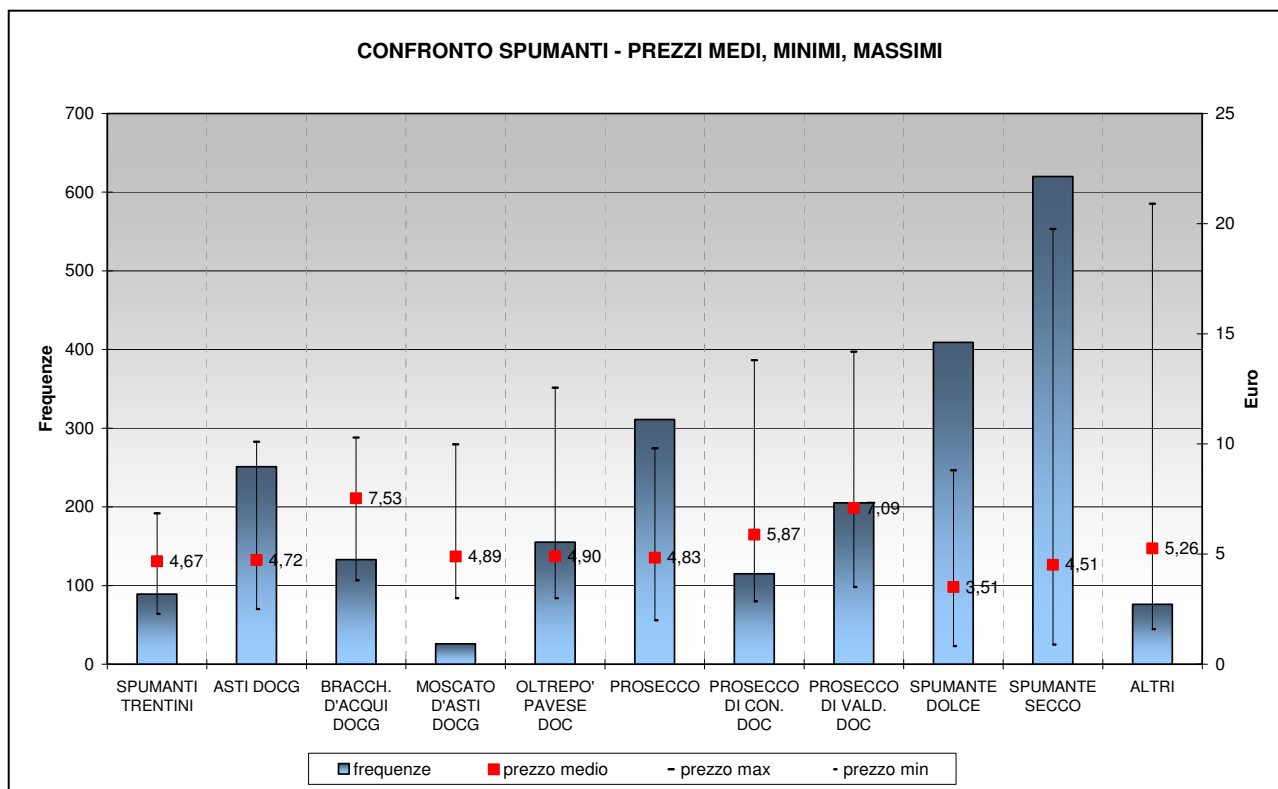
Riportiamo nei grafici sottostanti il riepilogo delle referenze *competitor* spumante rilevate, distinte secondo il metodo di vinificazione e le denominazioni con maggiori frequenze.

E' utile infine osservare come il prezzo medio del TRENTODOC sia in linea con quello dei prodotti a metodo classico e Oltrepo' Pavese D.O.C.G. a fronte di un differenziale consistente con i prodotti Franciacorta D.O.C.G.

Lo *Champagne*, nonostante la presenza e la diffusione di referenze a prezzi più accessibili rispetto al passato, rimane comunque su un segmento di mercato diverso rispetto allo spumante italiano.



Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.



Fonte: Osservatorio delle Produzioni trentine – Palazzo Roccabruna C.C.I.A.A.

**Confronto indice di posizionamento del vino trentino rilevato
negli anni 2004 – 2006 – 2008**

TIPOLOGIA	2008	2006	2004
TRENTODOC	14,99	14,21	12,53
TEROLDEGO	5,68	6,67	7,36
MARZEMINO	4,72	7,82	7,52
CABERNET (SAUVIGNON E FRANC)	3,36	1,62	1,77
PINOT NERO	2,76	2,80	2,68
MERLOT	1,87	2,45	2,26
UVAGGIO ROSSO	0,84	2,61	2,91
LAGREIN	0,30	0,46	0,36
MÜLLER THURGAU	6,21	7,19	8,10
CHARDONNAY	3,94	4,59	3,72
TRAMINER AROMATICO	3,46	2,50	3,23
PINOT GRIGIO	2,99	3,11	4,09
NOSIOLA	0,49	0,89	0,30
BIANCO	2,11	3,95	3,39
PINOT BIANCO	0,04	1,30	0,31
SCHIAVA	1,57	2,63	2,68

