



## L'andamento del Prosecco Superiore Docg in GDO



**IRi**  
Growth delivered.

Simonetta Melis – Client Solutions Senior Manager  
Solighetto, 16 Dicembre 2016



PROSECCO SUPERIORE  
DAL 1876

# Lo scenario economico e l'andamento del Largo Consumo

---

Si ridimensionano le aspettative sulla ripresa dell'economia italiana

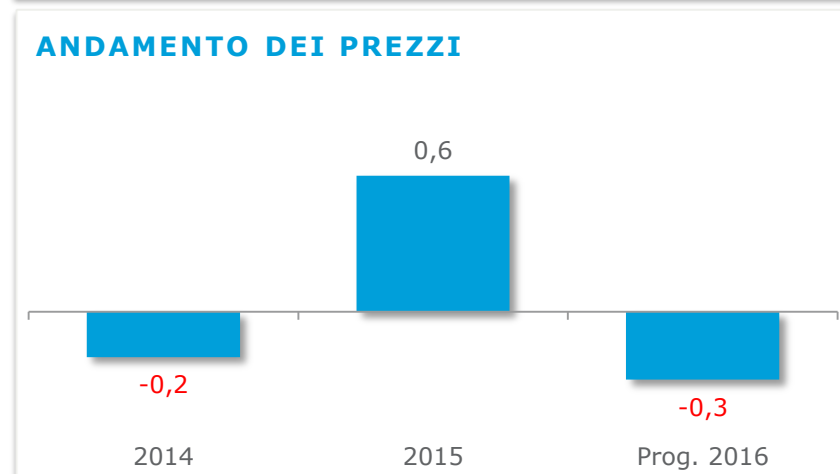
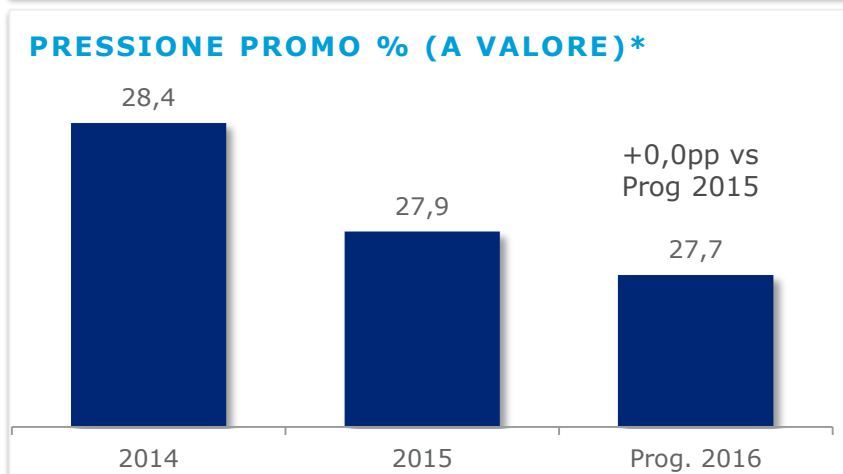
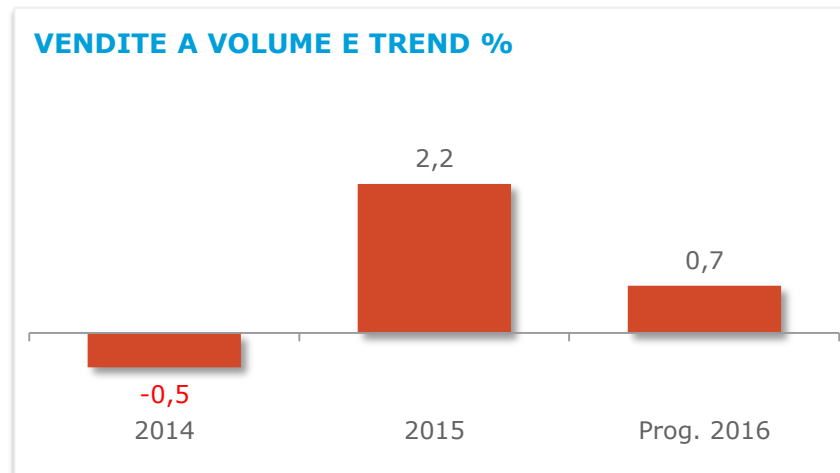
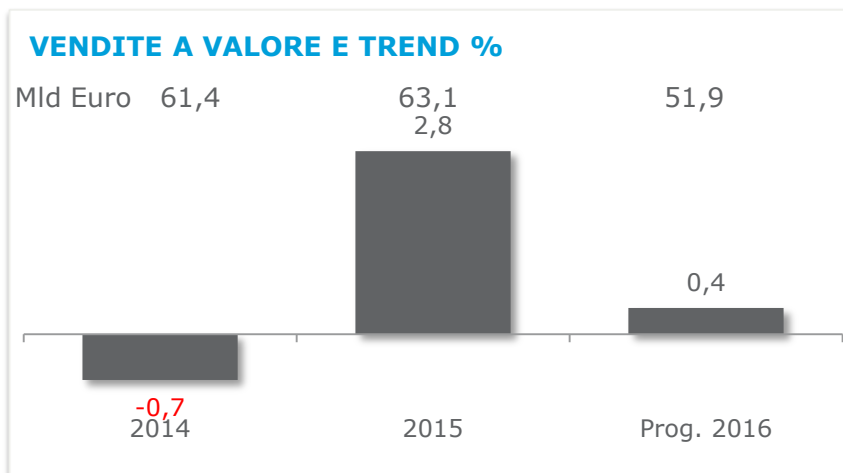
Il Largo Consumo Confezionato si allinea alla fase di incertezza del sistema . I volumi restano al di sotto del punto percentuale di crescita

I mercati LCC permangono in deflazione (calcolata a parità di basket di spesa) anche in ottobre;

Ormai consolidato il trend di upgrading del carrello della spesa (il consumatore continua a sostenere il costo del proprio carrello operando scelte di maggior valore) in parte favorito dalla debolezza dei prezzi all'offerta.

Nuovi stili alimentari e maggiore informazione al consumatore permettono la crescita di prodotti specifici ( integrali, bio,vegan)

# Il progressivo di ottobre evidenzia un rafforzamento del fatturato a causa della combinazione di volumi più vigorosi e prezzi cedenti.



Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Drugstore, Discount- Volumi =Valori a prezzi costanti.

\* Il calcolo promozionale è ad esclusione del canale Discount. Prog. 2016 aggiornato a Ottobre

## Le bollicine anche nell'ultimo anno si confermano tra le categorie più performanti

Reparti Food in crescita	Mio € AT	Trend % Valore	Trend % Volume
Preparati/piatti Pronti/specialita Freschi	1.184	16,5	15,0
Champagne/spumante	394	8,3	8,4
Carne Pi	589	4,2	5,6
Frutta e Vegetali Secchi	771	9,1	5,5
Salumi PI	1.485	5,1	5,2
Fuori Pasto Salati	498	3,7	4,9
Prodotti Dietetici Salutistici	231	0,7	4,1
Ricorrenze	842	5,0	2,9
Altri Prodotti Freschi	340	1,9	2,3
Birre	1.189	2,3	2,3
Pasta Fresca	683	2,2	2,2
Fuori Pasto Dolci	1.808	1,3	1,0
Pane e Sostitutivi	1.276	3,5	0,8
Uova Fresche	572	-0,0	0,5
Acqua	1.571	1,1	0,5

Reparti Food in calo	Mio € AT	Trend % Valore	Trend % Volume
Precotti	232	-16,6	-15,5
Cibi Infanzia	340	-6,5	-8,7
Bevande Piatte	368	-6,0	-7,8
Olio Aceto e Succo Di Limone	1.227	-5,3	-6,4
Succhi e Nettari	574	-4,0	-6,1
Gelati	806	-4,8	-5,5
Latte e Panna Fresca	796	-4,4	-4,9
Ingredienti Base (zucchero, farina..)	696	-2,6	-4,5
Condimenti Freschi (burro, margarina)	316	-4,4	-4,1
Preparati e Piatti Pronti	183	-1,2	-3,8
Bevande Gassate	977	-3,7	-2,8
Latticini Uht e Assimilabili	1.442	-3,8	-2,5
Derivati Del Pomodoro	505	-2,3	-1,7
Pasta	1.089	-0,1	-1,5
Vino	1.590	0,7	-1,5

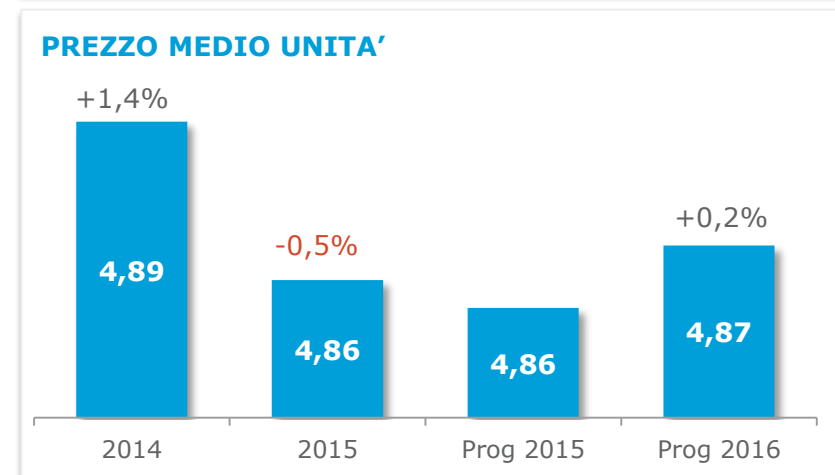
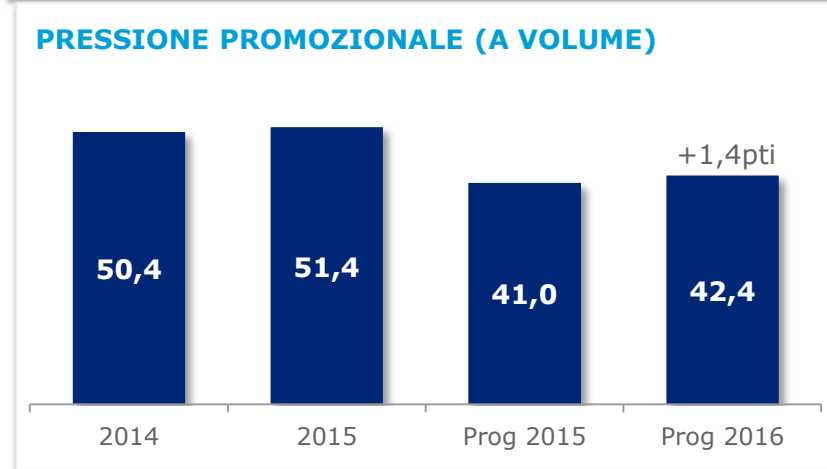
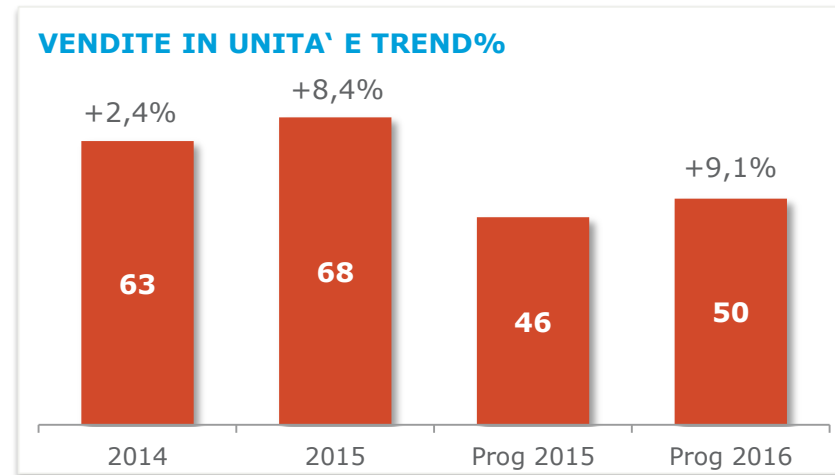
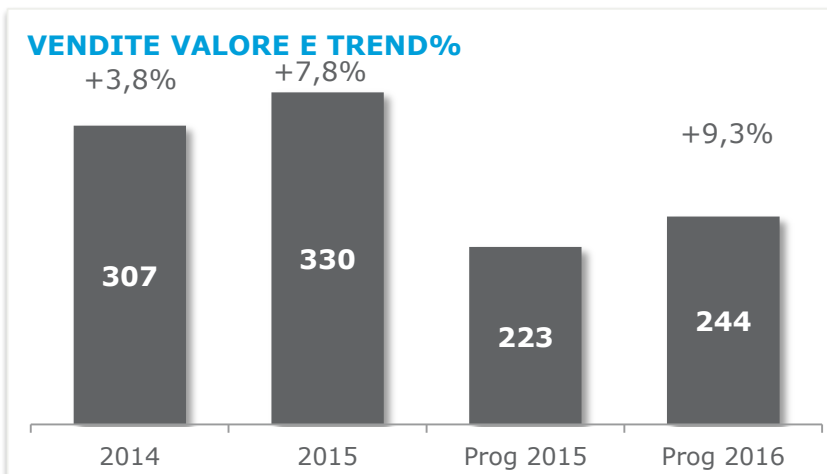
Fonte: IRI - Totale Italia Ipermercati + Supermercati + Superette - Anno Term. Ott'16 - visione ECR (escluso Petcare e Ortofrutta) - reparti con fatturato >100 mio€

## Si beve meno vino, ma aumentano i consumi di Spumante

---

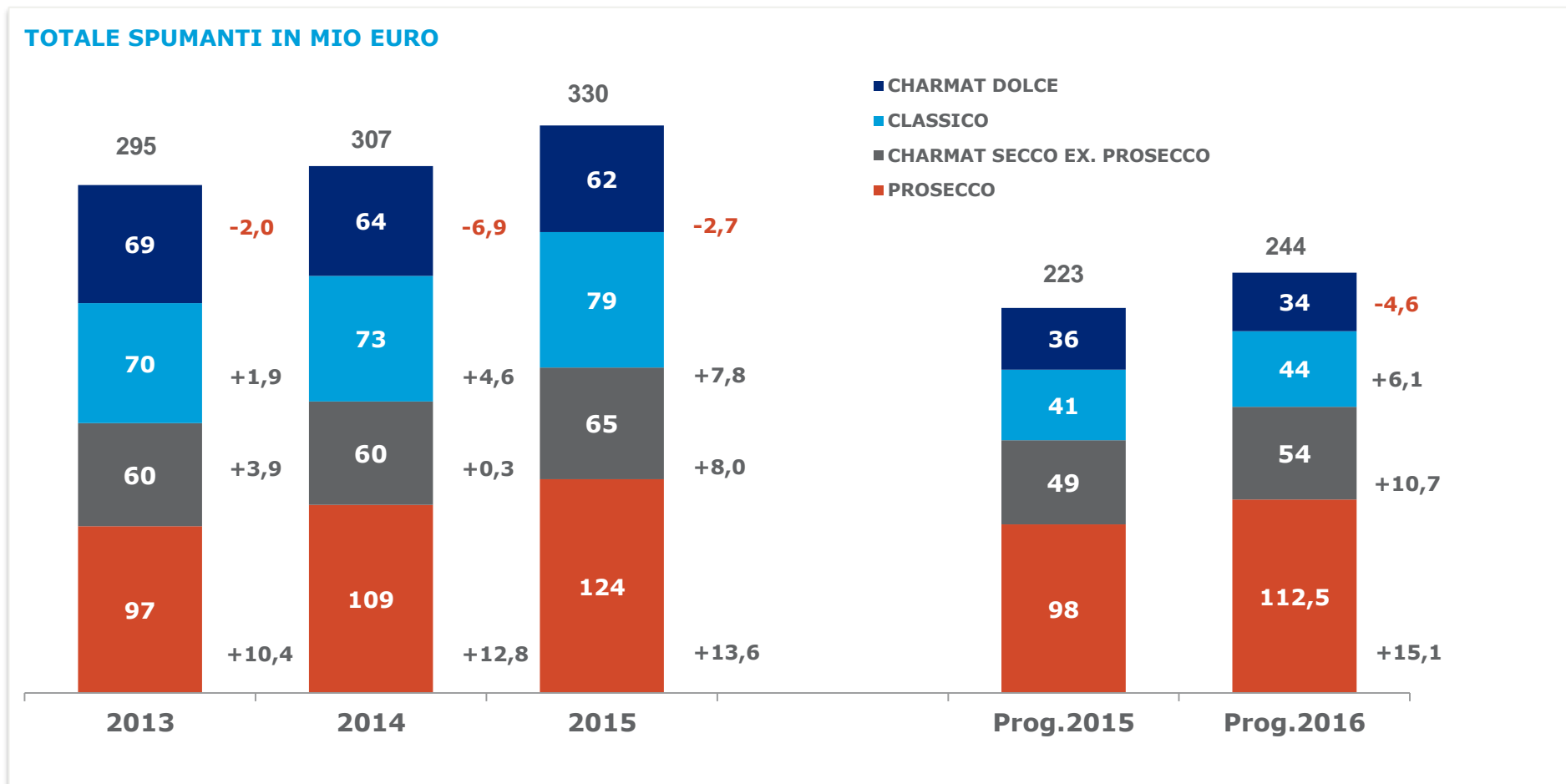
- Si beve meno vino ed è una tendenza destinata a confermarsi per i prossimi anni
- Si tende a bere qualcosa di diverso, la **destagionalizzazione dei consumi di Spumante** è un dato di fatto (il mese di dicembre pesa il 32% dei litri venduti nell'anno (10 anni fa era il 40%); conseguenza della crescita degli Spumanti secchi e soprattutto del Prosecco

# Un mercato che continua a crescere nel canale moderno.



Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, LSP – Aggiornamento a Novembre 2016

# La crescita del mercato è guidata dal segmento «secco», che rappresenta l'86% del totale fatturato degli spumanti



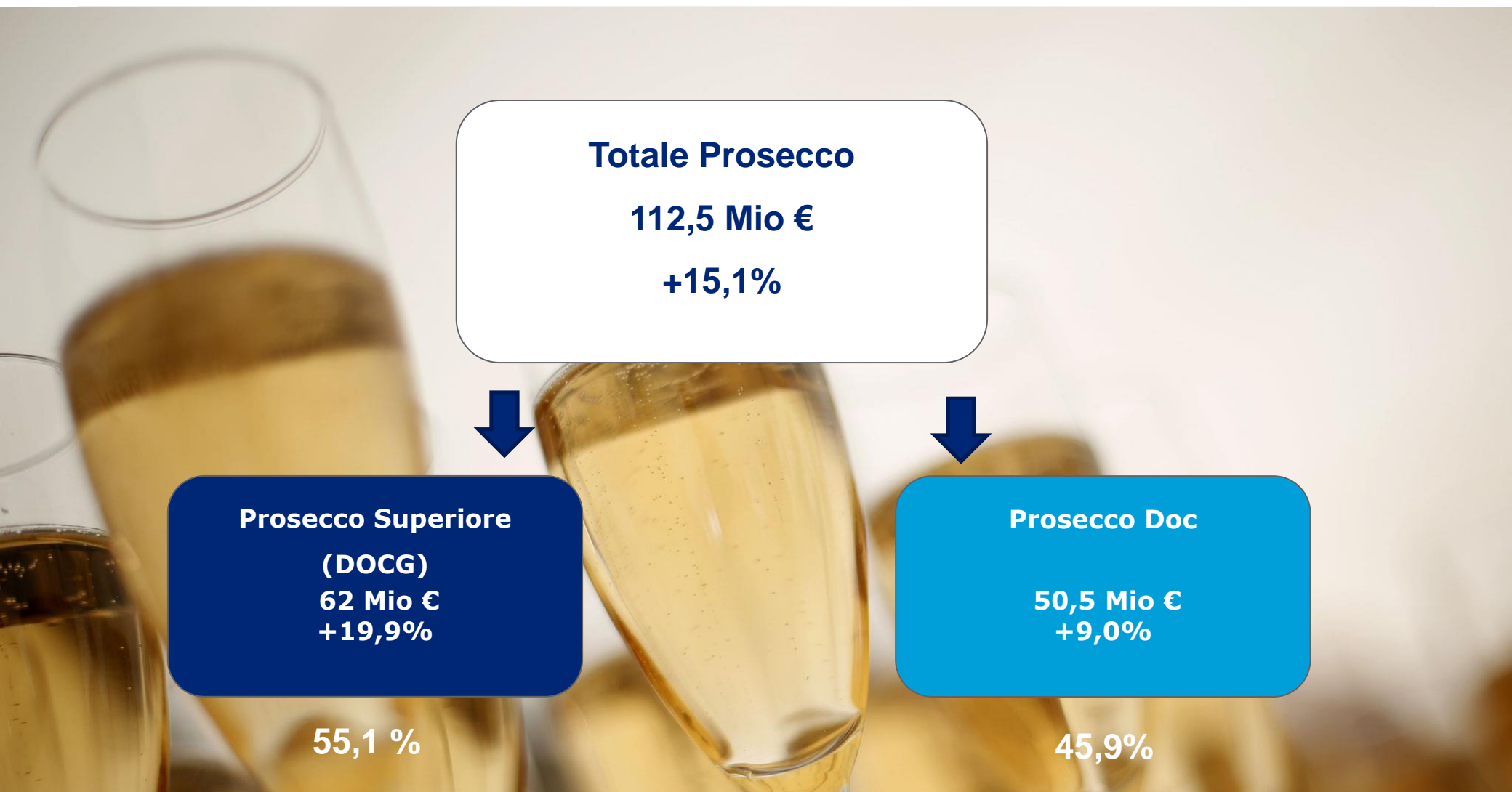
Fonte: IRI - Tot Italia I+S+LSP - Aggiornamento a Novembre 2016

## Il Prosecco in GDO



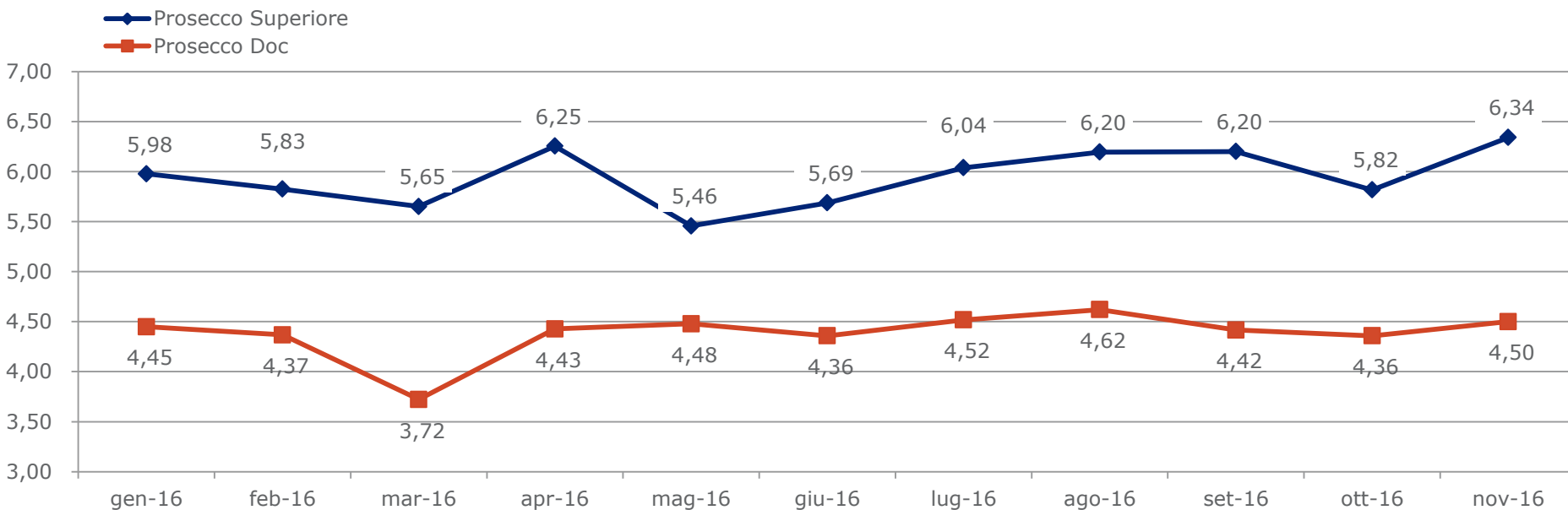


Anche nel 2016 il Prosecco si conferma il protagonista delle Bollicine Italiane, rappresentando il 46% del fatturato in GDO.



# Differenziale di prezzo con il Doc intorno a 1,50 Euro con una pressione promozionale decisamente più alta per il Prosecco Superiore

## PREZZO MEDIO IN UNITA'



		gen-16	feb-16	mar-16	apr-16	mag-16	giu-16	lug-16	ago-16	set-16	ott-16	nov-16
% Vendite in Volume in Promozione	T Prosecco Docg	42,3	47,2	56,0	34,8	59,3	54,2	43,6	41,5	37,8	54,2	50,2
	T Prosecco Doc	30,6	39,9	53,3	32,2	30,7	43,4	41,5	42,6	39,3	46,6	36,1

Fonte IRI. Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)

# Come andra' il Natale 2016?



## % TREND A VALORE VS PERIODO CORRISPONDENTE 2013



**+ 10,0%**

**E' il trend a valore del Conegliano Valdobbiadene vs -3,8% del Doc e vs un -8,5% del Totale Spumanti**

**73%**

**La pressione promozionale vs un 48% del DOC**

**484.000**

**Sono le bottiglie vendute in GDO nella prima settimana di Dicembre**

Fonte IRI. Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)- Settimana dal 28 Novembre al 4 Dicembre 2016

# Grazie!!

## PER MAGGIORI INFORMAZIONI

---

### **Simonetta Melis**

Client Service Senior Manager

Simonetta.Melis @IRIworldwide.com

+39 3356810135

## ABOUT IRI

---

IRI è leader mondiale nella fornitura di informazioni sui mercati del Largo Consumo e sullo shopper, nelle analisi predittive e nella generazione di insight strumentali alla presa di decisioni. IRI è in grado di supportare la crescita dei suoi Clienti individuando l'impatto che i diversi fattori competitivi e di mercato possono avere sulle performance di aziende di largo consumo e distribuzione. Contribuiamo al successo del vostro futuro:

**[www.iriworldwide.it](http://www.iriworldwide.it)**

### **Information Resources srl**

via dei Missaglia, 97 20142 Milano  
tel +39 02 52579 1  
Piazza S. Anastasia, 7- 00186 Roma  
tel +39 06 519561 1