

QBerg

lancia il monitoraggio online dei Wine Specialist

Il mercato del Wine&Spirits online vive un periodo di grande effervescenza, registrando una **crescita costante**: in un contesto così attivo e dinamico, appare necessario per le aziende produttrici e gli operatori del trade conoscere in maniera approfondita il panorama di **prezzi** e **assortimenti** che questo mercato offre. Il rischio altrimenti è quello di prendere decisioni "di pancia" o quantomeno parziali su aspetti che potrebbero condizionare i fatturati in modo decisivo, in questo mercato che corre alla velocità della luce.

Sulla scia di questa tendenza QBerg, istituto di ricerca italiano **leader nei servizi di price intelligence** e di analisi delle strategie assortimentali cross canale (flyer, punti vendita fisici, e-commerce e newsletter) ha inserito all'interno della piattaforma di intelligence **In-Store POINT**, funzionale al monitoraggio di attività a volantino, e-commerce e newsletter della grande distribuzione, un panel di principali siti di **wine specialist** come Callmewine, Tannico, Bernabei, Vino.com, Xtrawine e altre realtà leader.

Il nuovo servizio non si limita al tracciamento dei panieri di referenze, ma permette di catturare l'intero assortimento, consentendo un monitoraggio **full-shelf**, comprensivo di analisi strategiche, della composizione a scaffale, della quota dei produttori.

Il riconoscimento dei codici, inoltre, non è affidato a regole semantiche o a motori di Ai: il prodotto, infatti, è censito, fino al livello di annata e di vitigno da un **gruppo di specialisti** e ciò garantisce un'elevata **cross-correlazione** tra i siti.

Attraverso questo nuovo sistema è possibile **monitorare**, sia i principali siti di e-commerce del canale Wine Specialist, sia una trentina di siti della grande distribuzione, permettendo così il confronto "**GD contro Specialisti**". È il cliente a definire il panel di siti da consultare, oltre a commissionare quelli da monitorare a seconda delle relative politiche competitive.



QBERG
PEOPLE BEYOND DATA

www.qberg.com

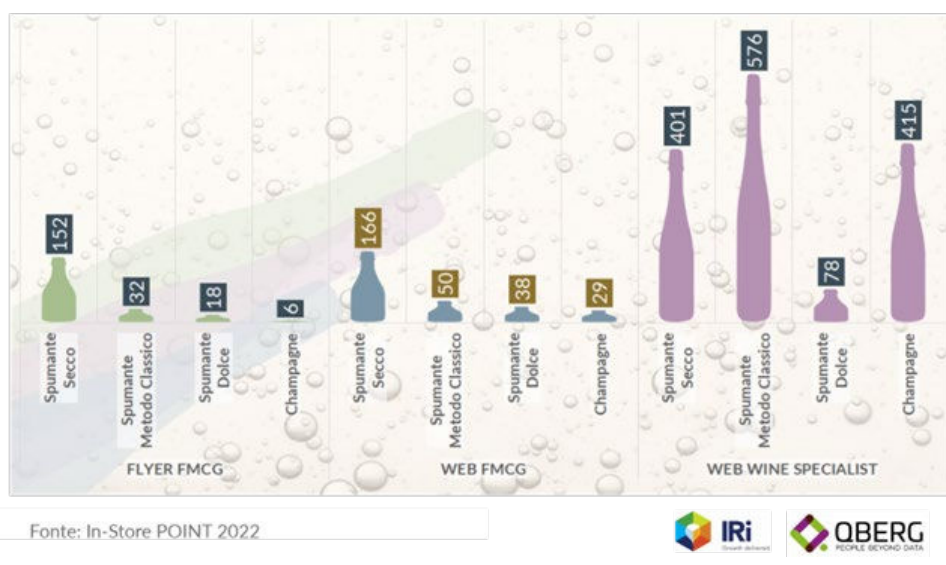


QBERG ANALIZZA IL MERCATO DI CHAMPAGNE E SPUMANTE NELLA GDO E NEL WEB

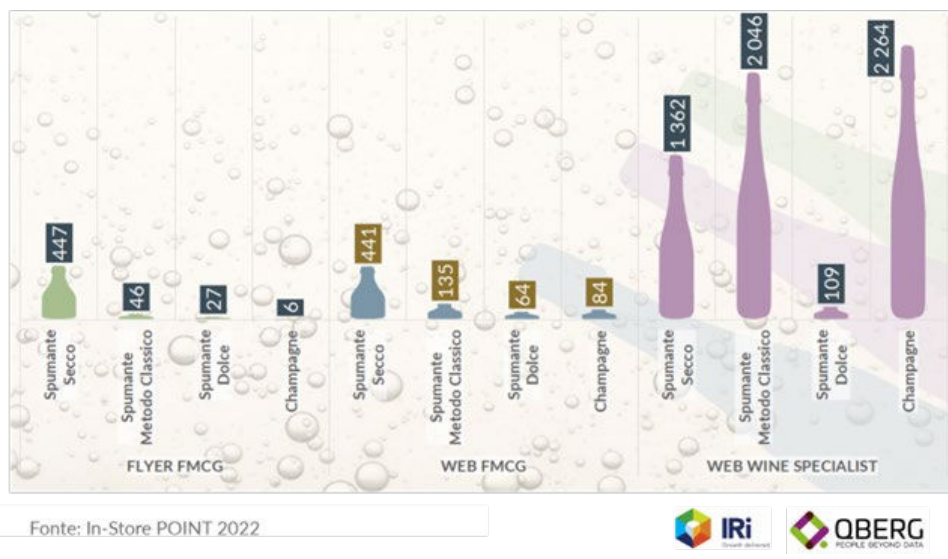
QBERg, istituto di ricerca italiano leader nei servizi di price intelligence e di analisi delle strategie assortimentali cross canale (flyer, punti vendita fisici, e-commerce e newsletter), ha analizzato l'andamento dell'offerta del mercato di champagne e spumante (spumante secco, spumante metodo classico, spumante dolce, champagne) sui flyer promozionali della Gdo e sui principali siti specializzati dei wine specialist e del largo consumo nel mese di settembre 2022. La nuova piattaforma In-Store Point, sviluppata con Iri, rende QBERg gli unici in grado di poter confrontare mondi e domini differenti.

Il numero di brand esistenti di spumante e champagne nei tre canali analizzati è realmente considerevole. Basti solo immaginare che a settembre 2022 i siti web wine specialist hanno fra le loro offerte circa 1.500 diversi marchi, per comprendere sia l'ampiezza che la complessità commerciale del mercato di spumanti e champagne. La Gdo è costretta a fare delle selezioni, concentrandosi su un numero limitato (anche se pur sempre considerevole) di marchi, circa 200 per i flyer Gdo e circa 250 per i siti web fmcg.

Numero di marche flyer e web per la Categoria Champagne e Spumante (Settembre 2022; N. marche)



Numero di referenze uniche flyer e web per la Categoria Champagne e Spumante (Settembre 2022; N. referenze uniche)



È interessante notare come le differenze fra i diversi canali non siano solo quantitative. I wine specialist appaiono prediligere le proposte di marchi di spumante metodo classico e champagne in misura decisamente superiore a quelli proposti dai flyer della Gdo, mentre la Gdo e i siti fmcg appaiono proporre maggiormente brand legati allo spumante secco. Se il numero di

marchi di spumante e champagne appare elevato, il numero di referenze uniche è realmente da record e richiede, senza dubbio, personale specializzato per poter selezionare al meglio i prodotti per la propria clientela.

I web wine specialist propongono quasi 6.000 diverse referenze uniche di bottiglie di spumante e champagne con quest'ultimo prodotto che conta persino oltre 2.200 referenze. Più contenute, varianti fra le 500-700, le referenze uniche proposte dai siti web fmcg e sui flyer della Gdo che si concentrano maggiormente su proposte di spumante secco, che rappresentano oltre il 60% dell'offerta dei siti web fmcg e, addirittura, quasi l'85% delle proposte presenti nei flyer fmcg.

I prezzi medi proposti per spumanti e champagne sembrano identificare con chiarezza il target ai quali si rivolgono i diversi canali:

- i web wine specialist hanno dei prezzi medi al litro decisamente molto elevati, il doppio o addirittura più del triplo dei canali competitor. Una bottiglia di Champagne in questo canale costa mediamente 155 euro al litro contro gli 81 euro dei siti web fmcg e i 31 euro delle proposte a volantino dei siti della Gdo. Il loro target appare decisamente la fascia di reddito molto alta della popolazione o gli appassionati/specialisti/professionisti degli spumanti e del champagne, in grado di spendere cifre consistenti per acquistare proprio quella specifica bottiglia di quel particolare marchio;

- le proposte presenti nei flyer della Gdo sono in prevalenza prodotti con prezzi di livello medio, adatti a un pubblico vasto (quale è quello di ipermarket, supermarket, e superette) che apprezza prodotti di buon livello, senza però avere conoscenze, competenze (e forse disponibilità di spesa) di alto livello. Particolarmente convenienti, rispetto ai prezzi proposti dai diretti competitor dei siti web fmcg, le offerte per lo champagne (31 euro vs 81 euro) e degli spumanti metodo classico (14 euro vs 24 euro);

- i siti web fmcg offrono prodotti selezionati, a prezzi medio-alti, cercando così di ricavare spazi di mercato, stretti fra i prezzi convenienti dei giganti della distribuzione e quelli esclusivi dei web wine specialist.

