

Stati Uniti – Vini rossi americani e d'importazione

Indagine di mercato & analisi sensoriale

Edizione Novembre 2017
110 pagine

Il presente lavoro verte su un'analisi del consumo di vino negli USA con delle proiezioni al 2021. Mette in relazione le tendenze del mercato e le caratteristiche organolettiche dei vini rossi locali e d'importazione. Le cartografie presentate costituiscono degli strumenti di analisi e d'identificazione dei processi tecnici finalizzati a un migliore adattamento dell'offerta dei vini nei differenti segmenti identificati.

I PUNTI CHIAVE DELL'ANALISI

- **Dati generali di mercato (vini tranquilli ed effervescenti)**
- **Tendenze di mercato e previsioni al 2021**
- **Elementi di successo e categorie di consumatori**
- **Dati di acquisto di vino rosso negli USA (americani e d'importazione)**
- **Analisi validata da un panel esperto in analisi sensoriale**
- **Analisi sensoriale su 60 marche americane e 50 d'importazione**
- **Segmentazione in 7 gruppi per qualità sensoriali ed organolettiche comuni**
- **Caratterizzazione dei differenti gruppi identificati**
- **Tendenze dei differenti gruppi**
- **Esempi di strumenti di azione tecnica in vigna ed in vinificazione per questi gruppi**

Gli Stati Uniti sono i primi consumatori ed i quarti produttori di vino al mondo e si affermano ancor oggi come un mercato in crescita promettente.

Il vino non è più il prodotto destinato alle grandi occasioni ed entra nelle abitudini quotidiane. I consumatori sono sempre più educati al mondo del vino e ne traggono piacere. Nonostante la posizione di primo bacino di consumazione mondiale, il consumo pro-capite resta modesto con solo 10 L annui per abitante contro i 45 L della Francia. Le buone prospettive di crescita sono quindi confermate per un mercato americano in pieno sviluppo, che si posiziona come molto attrattivo. Di conseguenza, la nostra analisi verte sui segmenti ritenuti come più fecondi e sulle strategie di successo in questo mercato in pieno sviluppo.

Essendo il mercato americano in piena evoluzione, questo studio permetterà di accedere ai dati relativi alla consumazione di vino degli Stati Uniti, alle sue specificità e alla concorrenza presente sul mercato.

Questo studio è frutto di un approccio inedito: permette, infatti di comprendere il nesso tra le tendenze di mercato e le caratteristiche sensoriali, descrive i vini leader del mercato americano. Conoscendo meglio le fette di mercato portanti e i profili di vino vincenti, questo lavoro costituisce un pilastro strategico per ben posizionare la propria marca / il proprio vino negli Stati Uniti.

PRESENTAZIONE DELL'ANALISI

Presentazione della metodologia Vivelys

1- Caratteristiche principali del mercato

- a. Dati generali e proiezioni 2021

Se a partire della crisi economica del 2008 la maggior parte dei paesi grandi consumatori di vino hanno visto la loro consumazione stagnare o diminuire; nel quinquennio 2010 – 2015 gli Stati Uniti sono uno dei pochi in questa classifica ad essere in crescita costante, affermandosi nel 2010 come primo consumatore al mondo.

Nonostante i vini tranquilli rappresentino la gran parte del consumo sono gli sparkling i veri artefici di questa tendenza. Parimenti i dati mostrano come il mercato americano tenda fortemente verso una consumazione più di qualità.

- b. L'industria vitivinicola americana

Gli USA sono il quarto più grande produttore di vino al mondo, con un offerta molto concentrata in quanto la sola California genera l' 88% della produzione di vino del paese.

Con un consumo locale in aumento la produzione resta principalmente sul territorio nazionale, essendoci poche necessità di rivolgersi verso i mercati esterni.

La produzione americana è dominata dai brand; pochi gruppi si contendono la maggioranza delle vendite. Queste marche hanno saputo adattare il loro profilo organolettico, il packaging e le azioni promozionali a delle nuove categorie di consumatori.

- c. Le importazioni

Gli Stati Uniti sono il primo importatore mondiale di vino in valore, con una crescita annuale media impressionante a due cifre. L'importazione è quindi in aumento costante, con una crescita annua media più elevata per i vini spumanti da oggi al 2021.

2- La valutazione sensoriale

La parte sensoriale dello studio mira i profili organolettici del mercato dei vini americani e presenta una segmentazione fatta a partire dell'approccio di analisi sensoriale. Questo approccio inedito mostra le specificità sensoriali dei differenti vini e apre a delle opportunità di differenziazione e di valorizzazione al cospetto di una concorrenza accanita ed in crescita.

Questa seconda parte ha come scopo, in un primo tempo di comparare il profilo sensoriale del vino americano «medio» al quello del vino d'importazione «medio», onde confrontarli e mettere in risalto le differenze; successivamente determinate le differenti identità sensoriali di ogni vino sono state descritte e raggruppate secondo profili stabiliti.

Lo studio è focalizzato sui vini più venduti in America e stabilisce un legame tra le caratteristiche sensoriali e le tendenze di vendita.

L'analisi sensoriale è stata realizzata da un panel addestrato di esperti. Essa permette di identificare strategie adeguate di azione in vigna ed in vinificazione.

LISTA DELLE AZIENDE & SOURCES

PRINCIPALI MARCHE CITATE IN QUESTO LAVORO

USA :

- Sutter Home
- Carlo Rossi
- Peter Vella
- Beringer
- Apohic
- Vendange
- Livingston
- Black Box
- Kendall Jackson
- Liberty Creek
- Inglenook
- E & J Gallo Twin Valley
- Ste Michelle
- Barefoot
- Arbor Mist
- Ménage à Trois
- Almaden
- Vendange
- Cup Cake
- Charles Shaw
- Bota Box
- Bogle
- Corbett Canyon
- Robert Mondavi Woodbridge
- Blossom Hill
- Rex Goliath
- Franzia
- La Crema
- Fetzer
- Blossom Hill
- Jack Rabbit
- Revolution
- Clos du Bois
- La Crema
- 14 Hands
- Meiomi

USA ESCLUSI :

- Argentina :
- Terrazas
 - Alamos Ridge
 - Norton
 - Don Valentin
 - Catena Zapata
 - Don Miguel Gascon
 - Trapiche
 - ...

Australia :

- Penfolds
- Lindemans
- Fish Eye
- Jacobs Creek
- Yellowtail
- 19 Crimes
- Little Penguin
- ...

Cile :

- Gato Negro
- Montes
- Casillero del Diablo
- Valdivieso
- Santa Rita
- Undurraga
- Los Vascos
- ...

Nuova Zelanda :

- Oyster Bay
- Starborough
- Kim Crawford
- Matua
- Nobilo
- Brancott Estates

Francia :

- La Vieille Ferme
- Louis Jadot
- Gérard Bertrand
- Mouton Cadet
- Georges Duboeuf
- Veuve Cliquot
- Moet & Chandon
- Whispering Angel
- Dom Perignon

Spagna :

- Marqués de Cáceres
- Freixenet
- Muriel
- Cristalino
- Campo Viejo
- Marqués de Riscal
- Segura Viudas
- Cristalino

Italia :

- La Marca
- Santa Margherita
- Ruffino
- La Marca
- Verdi
- Riunite
- Cavit
- Mionetto

PRINCIPALI GRUPPI ED AZIENDE CITATI NEL LAVORO

USA ESCLUSI :

- Cavit
- Banfi Tuscany
- Louis Jadot
- Marqués de Cáceres
- Casella Wines
- Freixenet
- Concha y Toro
- Pernod Ricard
- Ruffino
- Catena Zapata
- Gérard Bertrand
- LVMH
- Delegat's
- Bacardi Martini
- Riunite & CIV
- Zonin
- ...

USA :

- The Wine Group
- Trinchero
- Bronco
- E&J Gallo
- Ste Michelle
- Accolade
- Jackson Family Wines
- Treasury
- Bogle
- CK Mondavi
- J. Lohr
- Don Sebastiani & Sons
- Heck
- The Wine Group
- Francis Ford Coppola
- W.J. Deutsch
- Rodney Strong
- Riboli
- Delicato
- ...

FONTI UTILIZZATE

DATI :

- IWSR (banca dati, US' forecast 2021, Inaugural forecasting the future conference)
- OIV
- France AgriMer
- Agrex Consulting
- The Wine Institute
- Agriculture Counts (National Agricultural Statistics Service - NASS)
- TTB Datas
- Vitisphère
- IFV Sud-Ouest
- Sud de France
- Ministerio de Agricultura – Spagna
- ISTAT – Italia
- Gallo Wine Trends Surveys
- The Wine Market Council' annual presentation
- Nielsen's Beverage Alcohol Practice Area)
- The Wine Market Council : Female Wine Drinker Survey 2015

Punti vendita oggetto dello studio di mercato (prezzo, foto, packaging, offerte promozionali)

- Walmart
- Costco
- BevMo !
- Safeway
- Target
- Trader Joe's
- Total Wine & More
- CVS pharmacy

SOMMARIO DETTAGLIATO

PUNTI CHIAVE DELLA RICERCA

- I. Caratteristiche generali: il mercato del vino negli Stati Uniti
- II. L'industria vitivinicola americana
- III. Importazioni verso gli Stati Uniti
- IV. La valutazione sensoriale

OBIETTIVO E PRESENTAZIONE DELLO STUDIO

I. Obiettivo dello studio

METODOLOGIA

Perimetro

Visite punti vendita

Vini Americani

Vini del mondo

Metodologia sensoriale

- La valutazione sensoriale

I settori concerniti dall'analisi sensoriale

L'analisi sensoriale: principali usi in azienda

Utilizzo dell'analisi sensoriale nel settore del vino e dei superalcolici

- Metodologia sensoriale applicata

PARE PRIMA: CARATTERISTICHE PRINCIPALI DEL MERCATO

I. Dati generali e proiezioni 2021

1) USA – 1° mercato al mondo dal 2010

Consumo mondiale: una stagnazione

Quando gli Stati Uniti superano la Francia

2) Tendenze per categoria (vini tranquilli / effervescenti)

Vini tranquilli

Vini effervescenti

3) Tendenze per colore

4) Tendenze per segmento di prezzo

Vini tranquilli e effervescenti Vini locali & importati

Vini tranquilli

Vini effervescenti

II. L'industria viticola americana

1) Vigneto & produzione USA La California

2) Principali attori del settore

3) L'export dei vini US

Principali paesi esportatori nel mondo

Crescita dell'export americano tra il 1994 e il 2016

Principali regioni del mondo importatrici di vino americano

Principali paesi importatori di vino americano

Export per categoria e continente

Principali attori statunitensi all'export

4) Principali brand americani

5) Delle marche adatte al target consumatori

Il desiderio di conoscenza della parte dei consumatori

I « Millenials » al portere!

Un adattamento necessario per reclutare i « Millenials »

Le marche americane che si adattano meglio alle diverse categorie

III. Importazioni

1) Principali paesi importatori nel mondo

2) Quote di vino d'importazione nel consumo

americano	PARTE SECONDA: LA VALUTAZIONE SENSORIALE
3) Principali paesi esportatori negli USA	I. Comparazione globale: vini americani Vs. vini d'importazione
4) Tendenze di importazione per categoria: vini tranquilli e effervescenti	II. Segmentazione dettagliata: 7 gruppi organolettici
5A) Tendenze d'importazione per categoria e paese	1) Gruppo 1: Caratteristiche sensoriali
Vini tranquilli	Tendenze di vendita sul mercato
Vini effervescenti	2) Gruppo 2: Caratteristiche sensoriali
5B) Tendenze d'importazione per fascia di prezzo	Tendenze di vendita sul mercato
Vini tranquilli	3) Gruppo 3: Caratteristiche sensoriali
Vini effervescenti	Tendenze di vendita sul mercato
6) Principali marche importate	4) Gruppo 4: Caratteristiche sensoriali
Marche importate in volume	Tendenze di vendita sul mercato
Marche importate in valore	5) Gruppo 5: Caratteristiche sensoriali
Marche importate per fascia di prezzo	Tendenze di vendita sul mercato
Per paese (Top 7 paesi)	6) Gruppo 6: Caratteristiche sensoriali
#1 Italia	Tendenze di vendita sul mercato
#2 Francia	7) Gruppo 7: Caratteristiche sensoriali
#3 Australia	Tendenze di vendita sul mercato
#4 Spagna	
#5 Cile	
#6 Argentina	
#7 Nuova Zelanda	
7) Delle marche d'importazione con adattamento al consumatore variabile secondo il paese.	
8) Principali distributori	

- III. Sintesi dei diversi gruppi**
IV. Strumenti di azione tecnica in vigneto ed in vinificazione per ognuno dei 7 gruppi

ALLEGATI

- Allegato 1 – Aziende USA: Top 30 aziende americane sul mercato domestico e all'export (in volume)
- Allegato 2A – Brand US: Top 30 brand americani sul mercato domestico
- Allegato 2B – Brand US: Top 30 brand americani sul mercato domestico
- Allegato 2C – Brand US: Top 15 brand americani sul mercato export
- Allegato 2D – Brand US: Top 10 brand americani per fascia di prezzo
- Allegato 3A – Brand d'importazione: Top 30 brand importati negli USA
- Allegato 3B – Brand d'importazione: Top 30 brand importati negli USA
- Allegato 3C – Brand d'importazione: Classifica brand importati negli USA per fascia di prezzo Tops 10 dei brand importati negli USA per fascia di prezzo
- Allegato 3D – Brand d'importazione: Classifica brand importati negli USA per paese
- Allegato 4A – Analisi sensoriale: Lista dei vini americani valutati
- Allegato 4B – Analisi sensoriale: Lista dei vini d'importazione valutati
- Allegato 5A – Packaging vini americani: Codici tradizionali
- Allegato 5B – Packaging vini americani: Codici contemporanei, stravaganti
- Allegato 5C – Packaging vini americani: Codici contemporanei, stravaganti (Fascia di prezzo Premium & Super Premium)
- Allegato 5D – Marche americane: Strategia marca trasversale: Il caso di Barefoot (E&J Gallo)
- Allegato 5E – Marche americane: promozioni importanti e creative
- Allegato 6A – Packaging vini importati: Italia
- Allegato 6B – Packaging vini importati: Francia
- Allegato 6C – Packaging vini importati: Australia
- Allegato 6D – Packaging vini importati: Spagna
- Allegato 6E – Packaging vini importati: Altri (Cile, Argentina, Nuova Zelanda)
- Allegato 7 – Fonti utilizzate

MODULO D'ORDINE

INFORMAZIONI CLIENTE

Nome:

Cognome:

Ruolo:

Azienda:

Indirizzo:

CAP:

Città:

email:

telefono:

Partita IVA:

Factura alla consegna. L'IVA applicata è quella in vigore alla data di emission della fattura. Ogni caso di contenzioso sarà attribuito d'ufficio esclusivamente al Tribunal de Commerce de Paris.

Tariffe valide fino al 31/03/2019, prix Hors Taxes.

Da recapitare a:

VIVELYS SAS
Domaine du Chapitre
170 Bd du Chapitre
34750 Villeneuve-lès-Maguelone
Francia

Tél : +33 (0)4 67 85 68 40
Email : contact@vivelys.com
www.vivelys.com

Stati Uniti – Vini rossi americani e d'importazione Indagine di mercato & analisi sensoriale

FORMATO DEL SUPPORTO

Versione cartacea

2750,00 €/iva esclVersione digitale
(pdf) + versione cartacea**2750,00 €/ iva escl****SISTEMA DI PAGAMENTO SCELTO:** bonifico assegno**Data, firma e timbro**