



ESTRATTO

Analysis of performances and trends of PDO wine producers in large retail chains in Italy

di Andrea Dominici¹, Francesca Gerini², Leonardo Casini²

Wine Economics and Policy 13(1): 127-140. doi: 10.36253/wep-15926

Abstract

[ENG] The large retail chains represent the main distribution channel for wine sales in Italy. Retailers, therefore, define the wine supply of their points-of-sale based on their own commercial strategies, taking into account evolving consumer demand, producer characteristics, and product types. Wine bottles from different producers with varying characteristics, sales performances, and commercial trends can be found on shelves next to each other. The aim of this study is to investigate the performance of various producers whose wines were sold in large retail chains in Italy before the pandemic. This analysis enabled us to observe market trends without disruptions. We focused on the two most sold Protected Designation of Origin (PDO) wines, Chianti DOCG and Montepulciano d'Abruzzo DOC. For this

[ITA] Le grandi catene di distribuzione rappresentano il principale canale di distribuzione per la vendita di vino in Italia. I rivenditori, quindi, definiscono l'offerta di vino nei loro punti vendita in base alle proprie strategie commerciali, tenendo conto della domanda dei consumatori in evoluzione, delle caratteristiche dei produttori e dei tipi di prodotto. Sugli scaffali si possono trovare bottiglie di vino di diversi produttori con caratteristiche, prestazioni di vendita e tendenze commerciali variabili, fianco a fianco. Lo scopo di questo studio è indagare le performance di vari produttori i cui vini sono stati venduti nelle grandi catene di distribuzione in Italia prima della pandemia. Questa analisi ci ha permesso di osservare le tendenze del mercato senza interruzioni. Ci siamo concentrati sui due vini a Denominazione di Origine Protetta

¹ Department of Land, Environment, Agriculture and Forestry, University of Padua, Via dell'Università, 16, 35020 – Legnaro (PD), Italy

² Department of Agriculture, Food, Environment and Forestry (DAGRI), University of Florence, Piazzale delle Cascine, 18, 50144 – Florence, Italy

purpose, cluster segmentation was implemented using variables related to sales (value of sales, number of labels, average price, discount units, discount percentage, units sold above a certain price), and sales trends of each producer present in large retail chains with these products. The results show that, although there are different trends and commercial strategies among the producers of each of the two denominations of origin, there are similarities between the clusters of the two different denominations. In particular, in the domain of large-scale retail, wine sales are dominated by a few wineries with a strategy based on high sales volume, a wide range of labels, low prices, and promotional sales. The remaining sales refer to wines from producers with different characteristics that record positive sales trends and producers characterised by the declining value of sales. The identified results provide valuable insights for a better understanding of the dynamics of the large retail chain in Italy.

(DOP) più venduti, Chianti DOCG e Montepulciano d'Abruzzo DOC. A tal fine, è stata implementata una segmentazione a cluster utilizzando variabili relative alle vendite (valore delle vendite, numero di etichette, prezzo medio, unità scontate, percentuale di sconto, unità vendute sopra una certa fascia di prezzo) e le tendenze di vendita di ciascun produttore presente nelle grandi catene di distribuzione con questi prodotti. I risultati mostrano che, sebbene esistano diverse tendenze e strategie commerciali tra i produttori di ciascuna delle due denominazioni di origine, ci sono somiglianze tra i cluster delle due diverse denominazioni. In particolare, nel settore della grande distribuzione, le vendite di vino sono dominate da poche cantine con una strategia basata su elevati volumi di vendita, una vasta gamma di etichette, prezzi bassi e vendite promozionali. Le restanti vendite riguardano vini di produttori con caratteristiche diverse che registrano tendenze di vendita positive e produttori caratterizzati da un valore delle vendite in declino. I risultati identificati forniscono preziose intuizioni per una migliore comprensione delle dinamiche della grande distribuzione in Italia.

Keywords

[ENG] scanner data, PDO wines, Chianti DOCG, Montepulciano d'Abruzzo DOC, market segmentation

[ITA] dati scanner, vini DOP, Chianti DOCG, Montepulciano d'Abruzzo DOC, segmentazione di mercato

Vuoi leggere l'articolo?

[Clicca qui](#)