



TANNICO

I giovani e i pensionati sono poi così diversi?

L'identikit del bevitore italiano

12.04.2018



IL PANEL DELLA RICERCA TANNICO

Questa ricerca si basa su un campione composto da 85.000 consumatori.

E' il panel più ampio mai utilizzato nel mondo del vino.

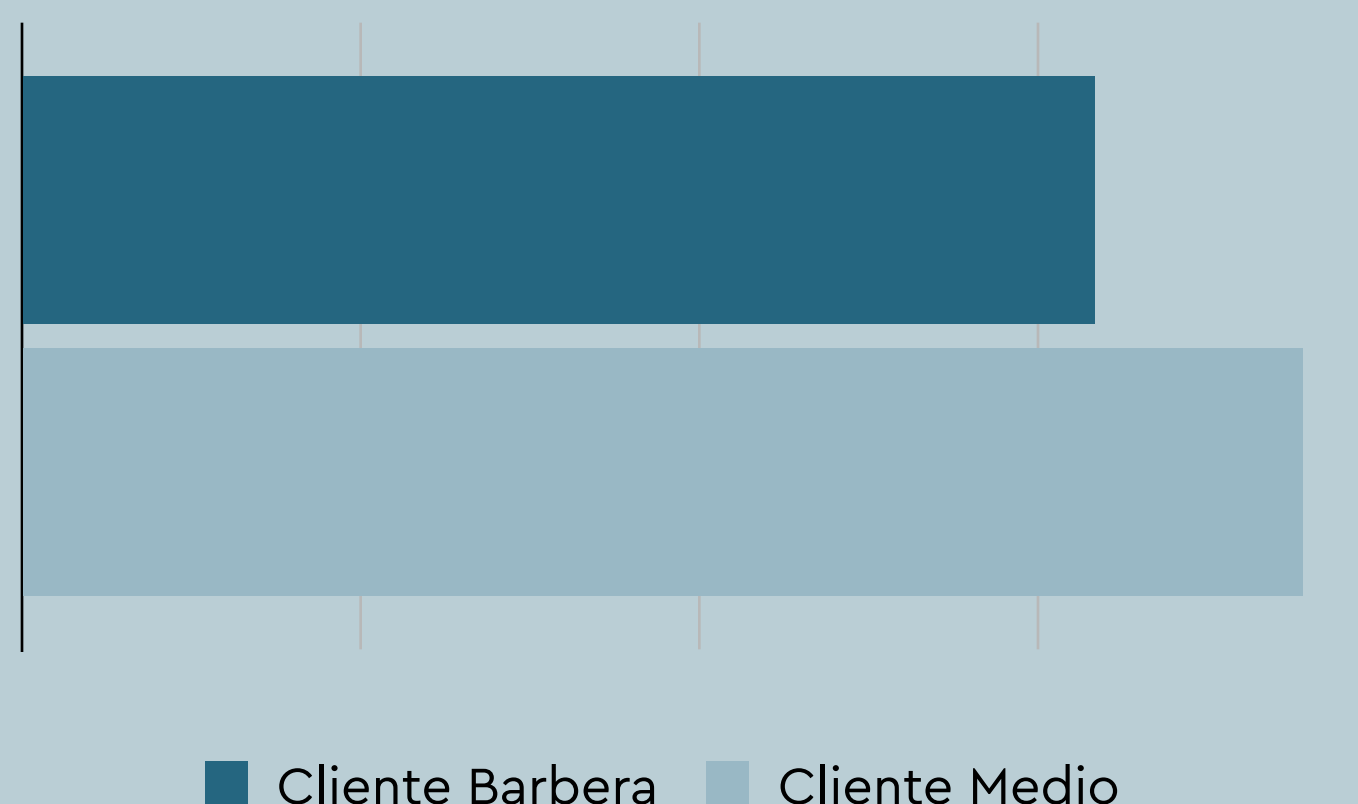
Su 10 bottiglie vendute online 3 vengono consegnate da Tannico.



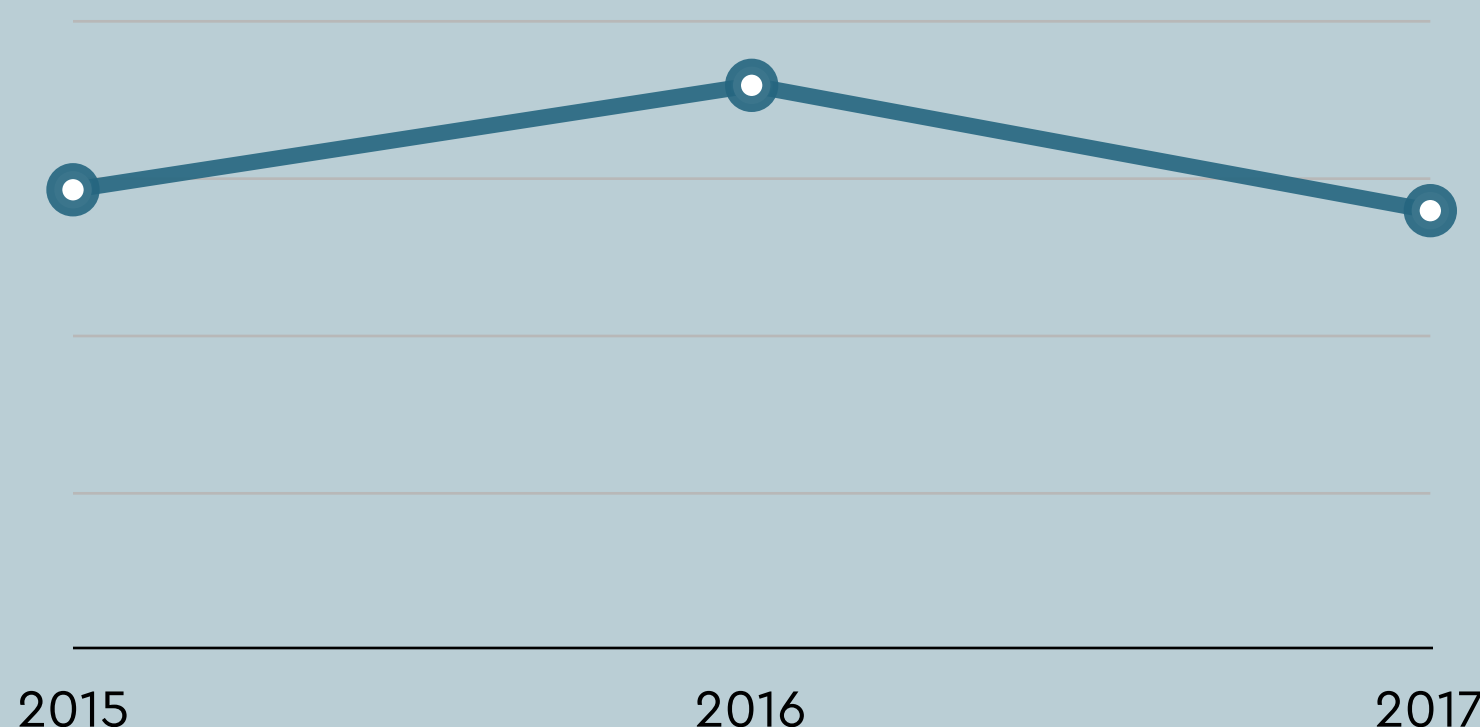
Qualche anticipazione in un tweet:

- Il Lambrusco è rock
- All'Amarone piace stare sotto ai riflettori
- I giovani e gli anziani si litigano l'Etna
- I millennial e gli imprenditori vanno a braccetto
- Gli emiliani amano le donne che amano Franciacorta
- Le donne delle piccole città fanno tendenza sorseggiando Lugana

Confronto spesa media



Tendenza % vendite

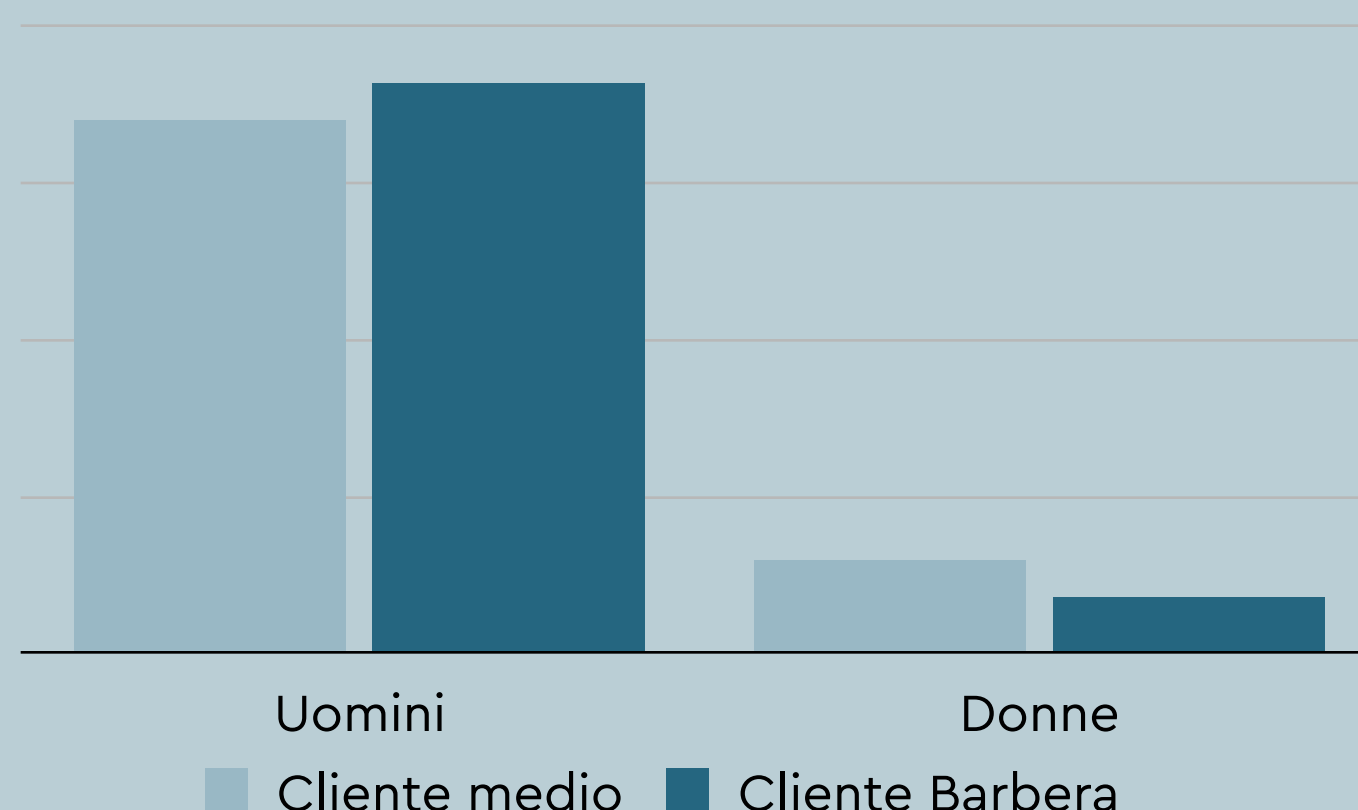


La **Barbera** piace soprattutto agli **uomini** con un **+8%** rispetto al consumo medio delle altre denominazioni.

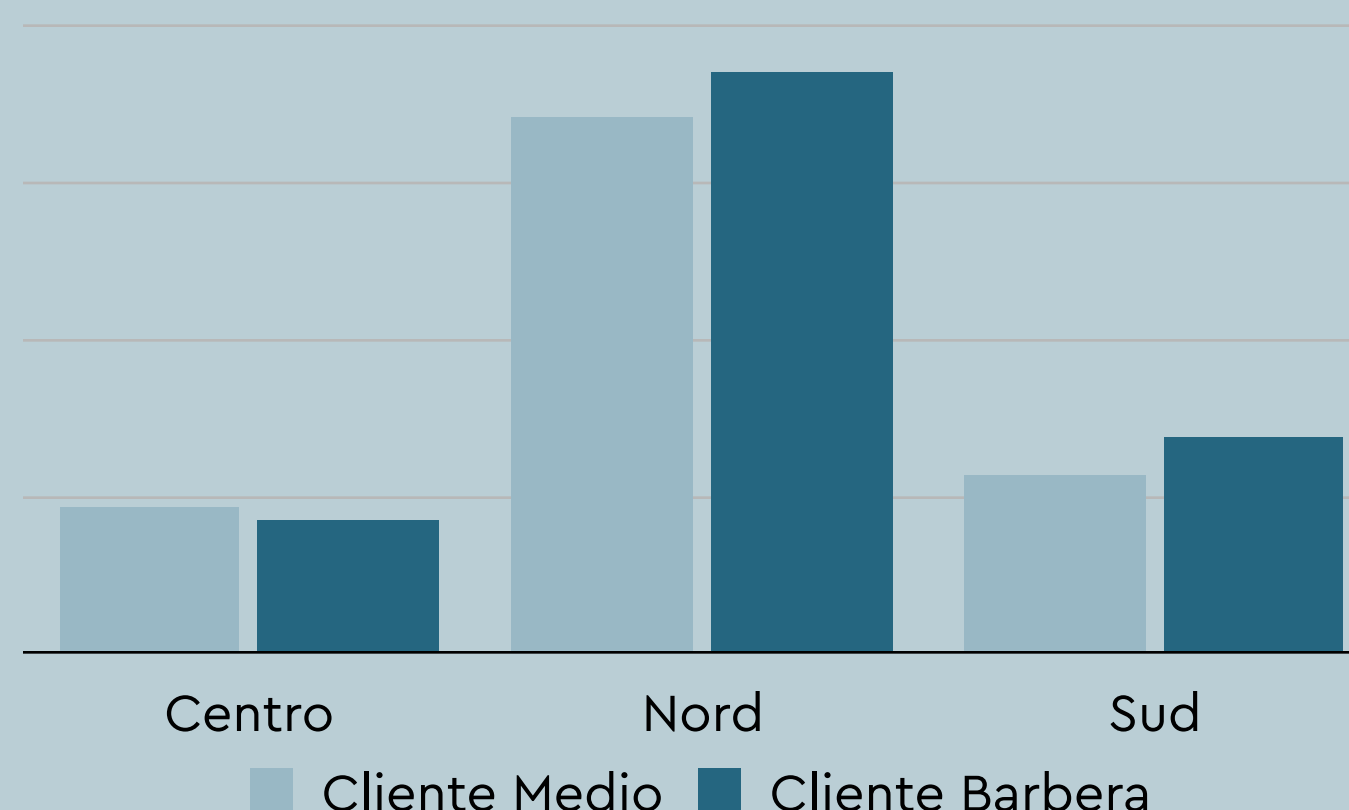
In particolare è molto apprezzato dai **millennial** che ne acquistano un **+19%** in confronto al cliente medio.

Parlando di aree geografiche i maggiori consumatori abitano nel **nord Italia**. In particolare c'è una grande concentrazione nelle **province del Piemonte**.

Confronto uomini donne



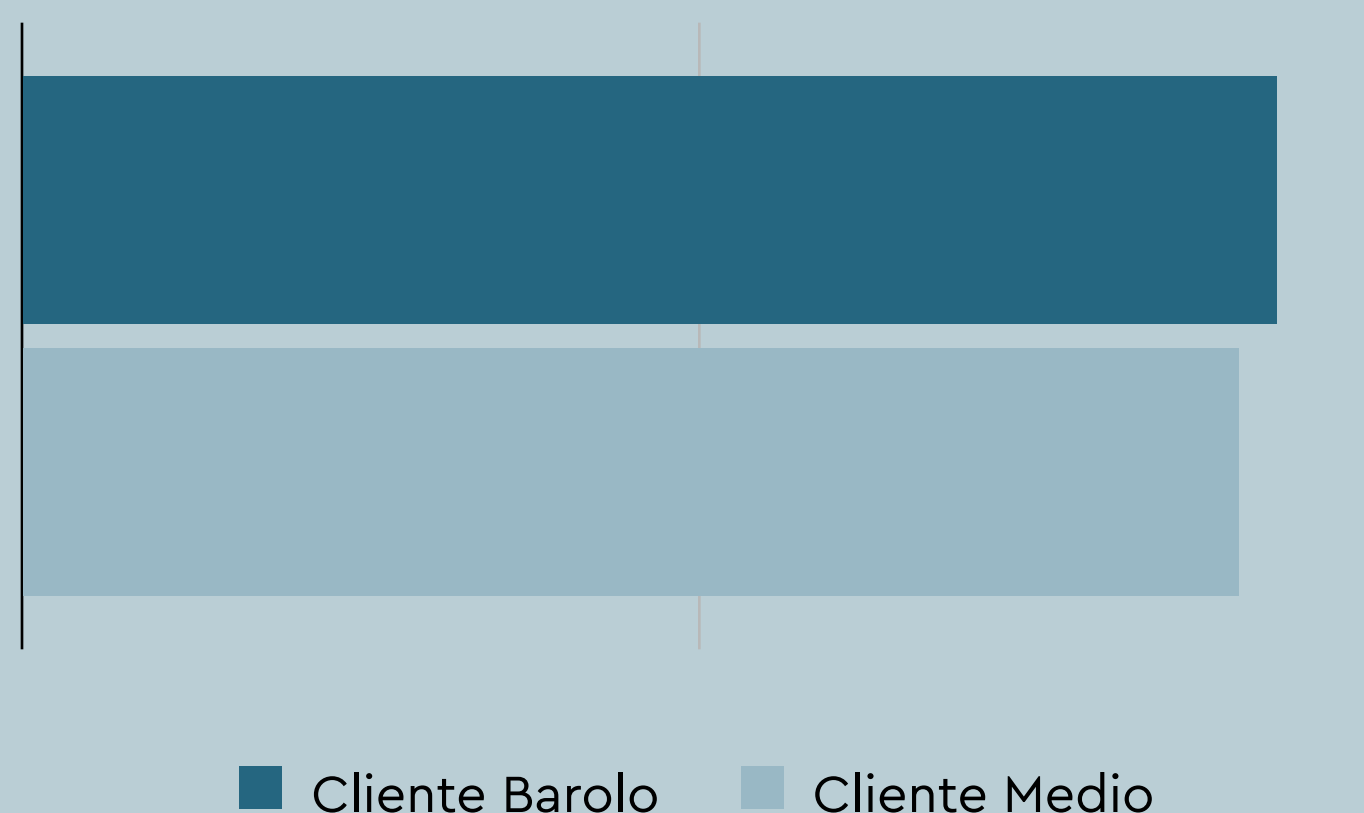
Confronto tra zone sul consumo del Barbera



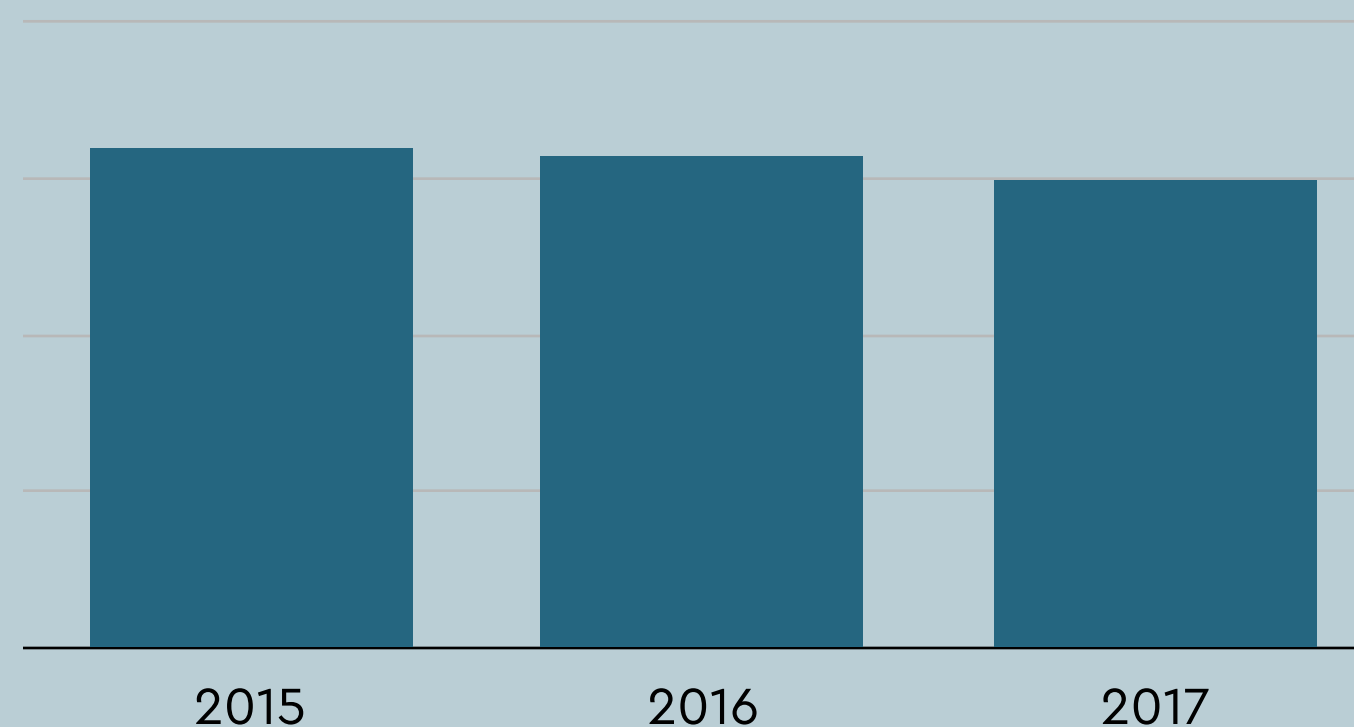
Il cliente Barbera se la gode e ne è ben consapevole. E' infatti disposto a spendere il **20%** in più rispetto al cliente medio, forte delle sue **possibilità economiche che sono superiori del 5%** rispetto al reddito medio.

Non tutta Italia però la pensa nello stesso modo. Infatti la Barbera non è più sulla cresta dell'onda con **una percentuale di vendite in calo nell'ultimo anno**.

Confronto età media



Tendenza % vendite

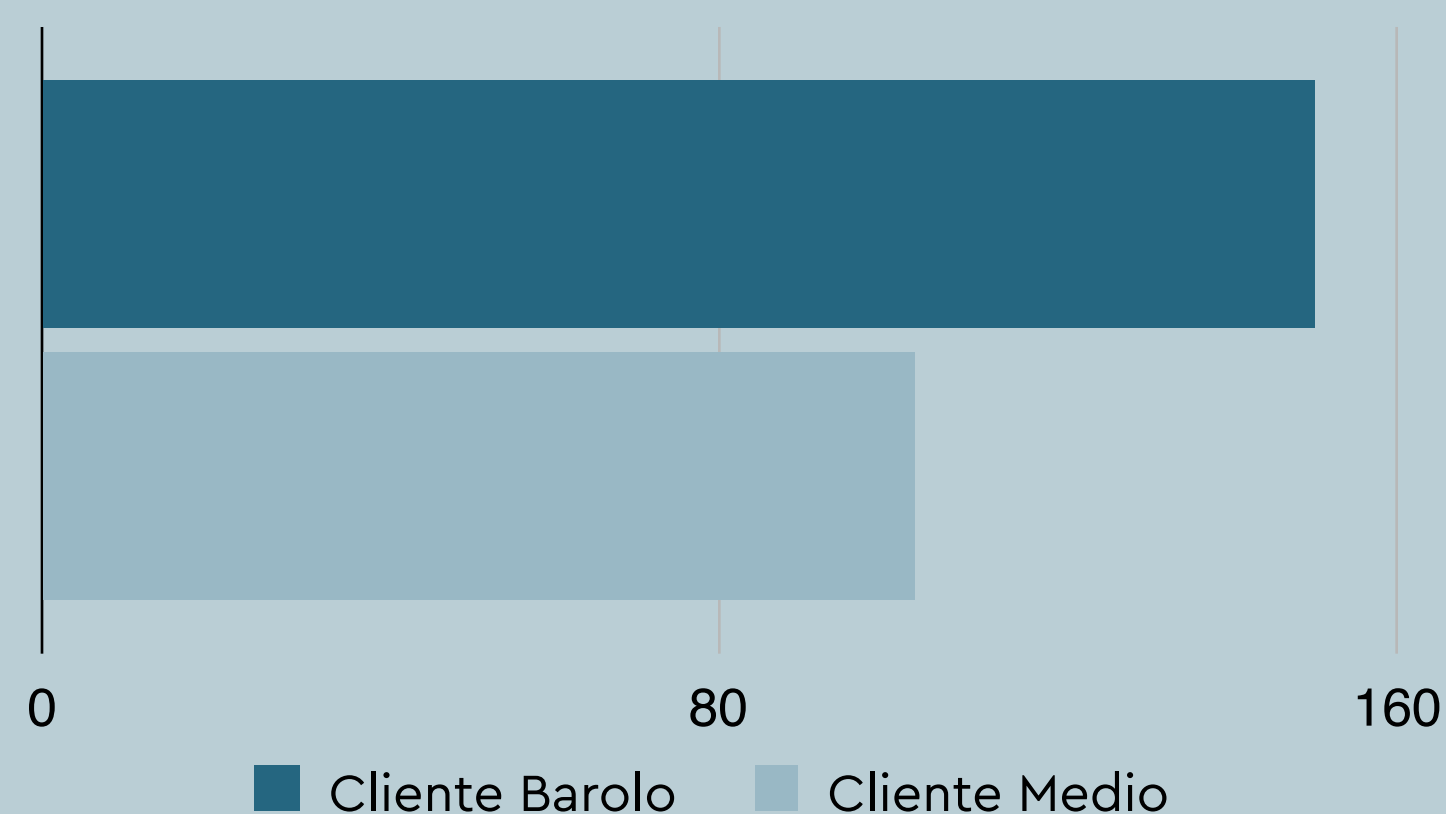


Il tipo da **Barolo** è un uomo leggermente più giovane rispetto al cliente medio di Tannico (**40,3 anni** vs 41,72 anni).

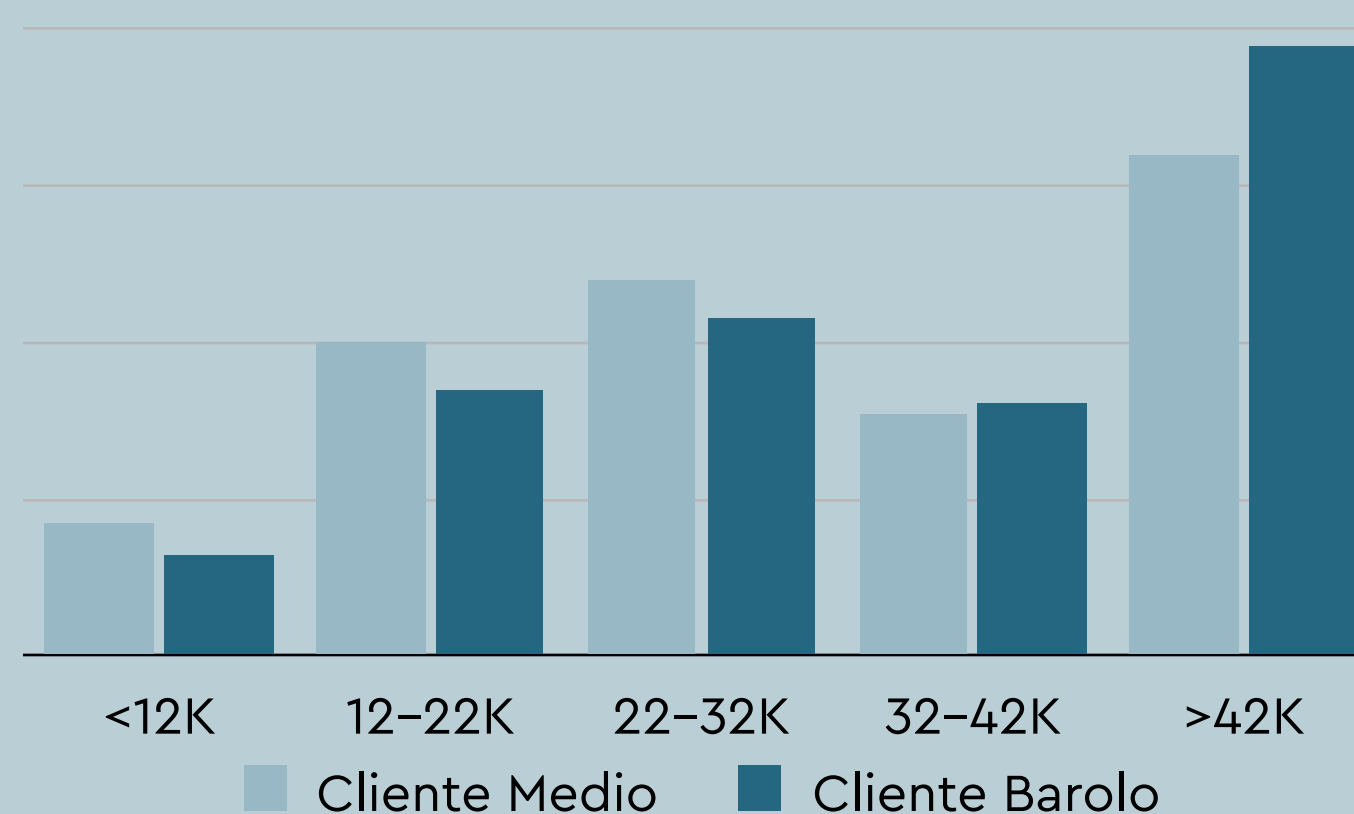
Di certo però non è una denominazione che attrae il gentil sesso: solo il **7%** di loro ne fa uso e lo acquista, contro il **15%** di clienti donne su Tannico.

Il cliente Barolo si fa notare con un reddito medio alto (**+18%** dei clienti sono nella fascia 42K+) e una spesa per singola bottiglia superiore alla media.

Confronto ordine medio



Confronto reddito



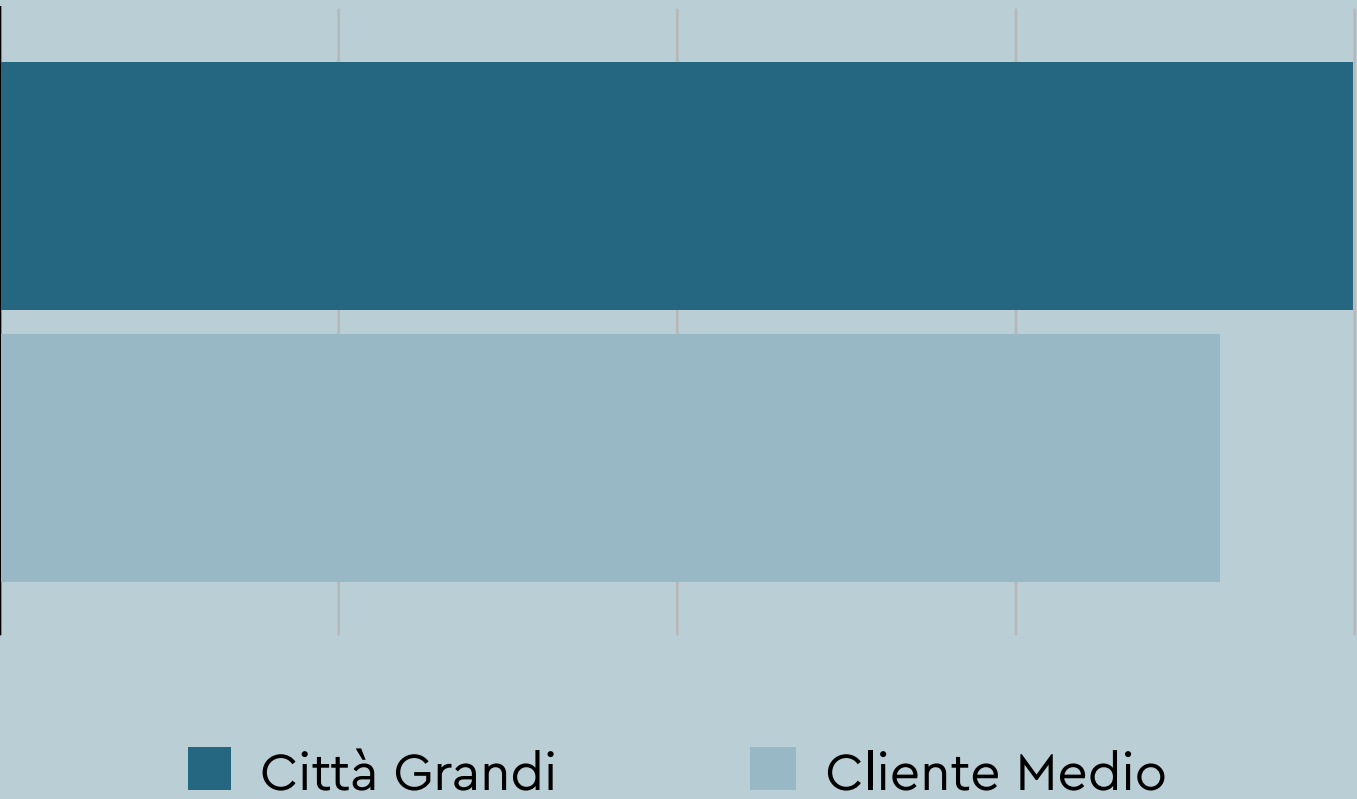
Il suo ordine medio si aggira attorno ai **150 euro**, pari al **47%** in più rispetto a quello dei clienti di Tannico.

Gli amanti del Barolo sono particolarmente concentrati in **Lombardia e Piemonte**, tuttavia la distribuzione è ben bilanciata anche nel resto d'Italia.

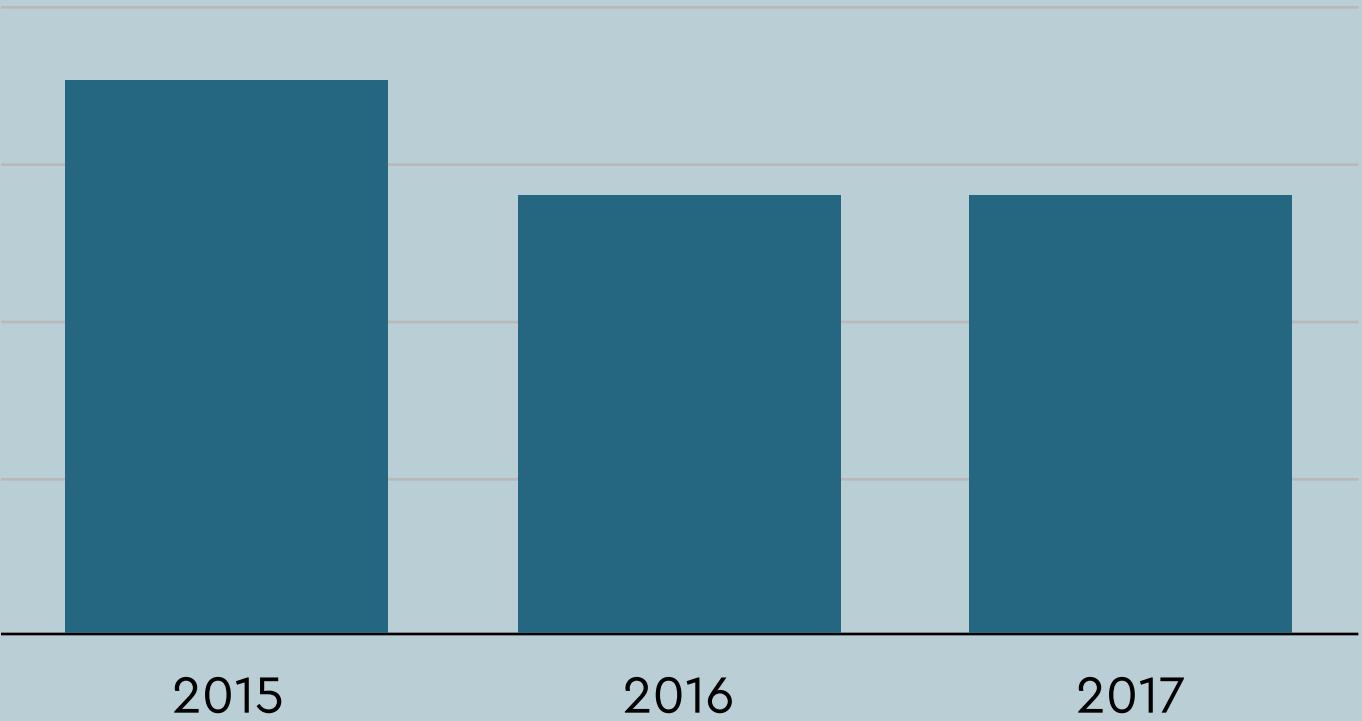
Possiamo concludere affermando che **il Barolo è un evergreen**, con una percentuale delle vendite **stabile** che non passa mai di moda.



Città grandi vs Media



Tendenza % vendite



L'Alto Adige Bianco è donna.

E' la seconda scelta per coloro che cercano un'alternativa alle bollicine.

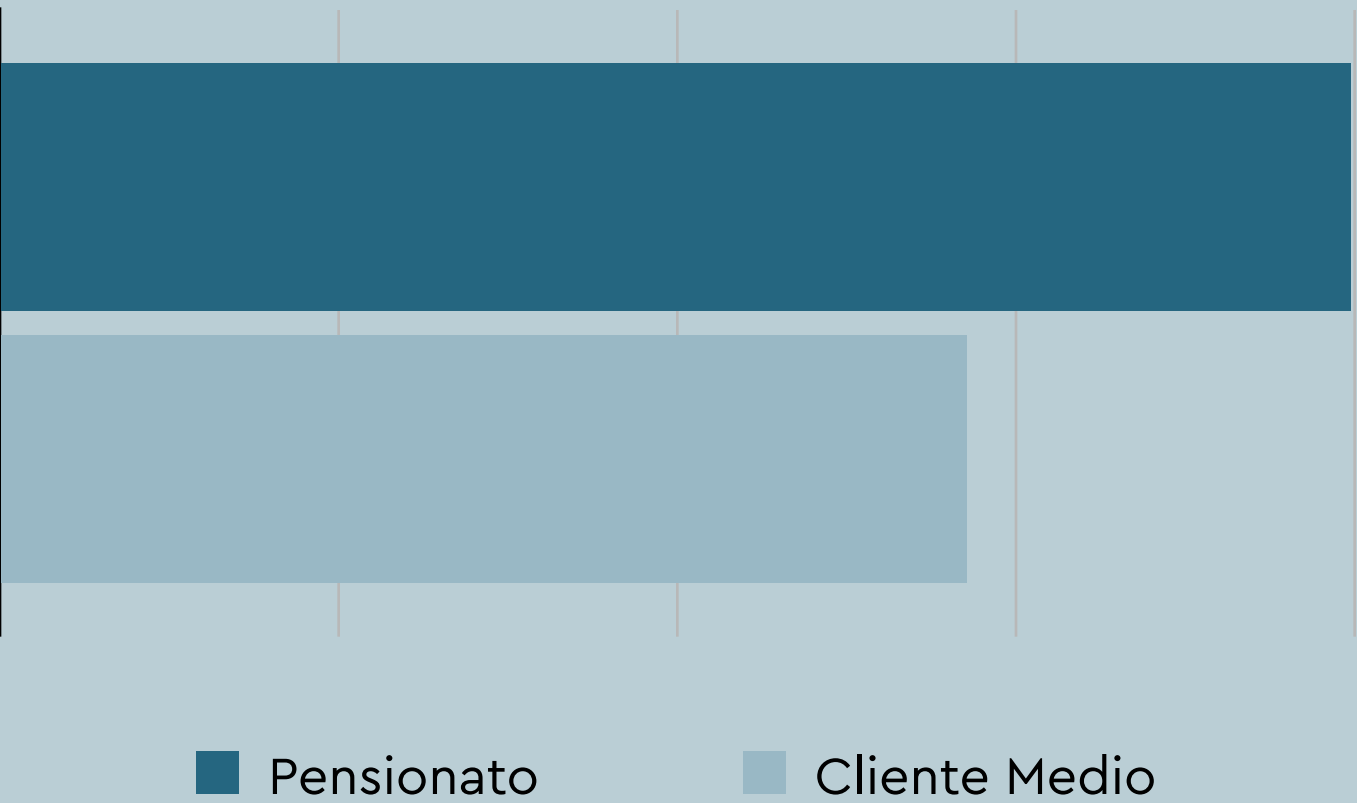
Eleganti anche nella spesa, spendono **+15%** in più del cliente medio.

Vivono nelle **grandi città**, dove il consumo è pari al **+8%** rispetto alla media su Tannico.

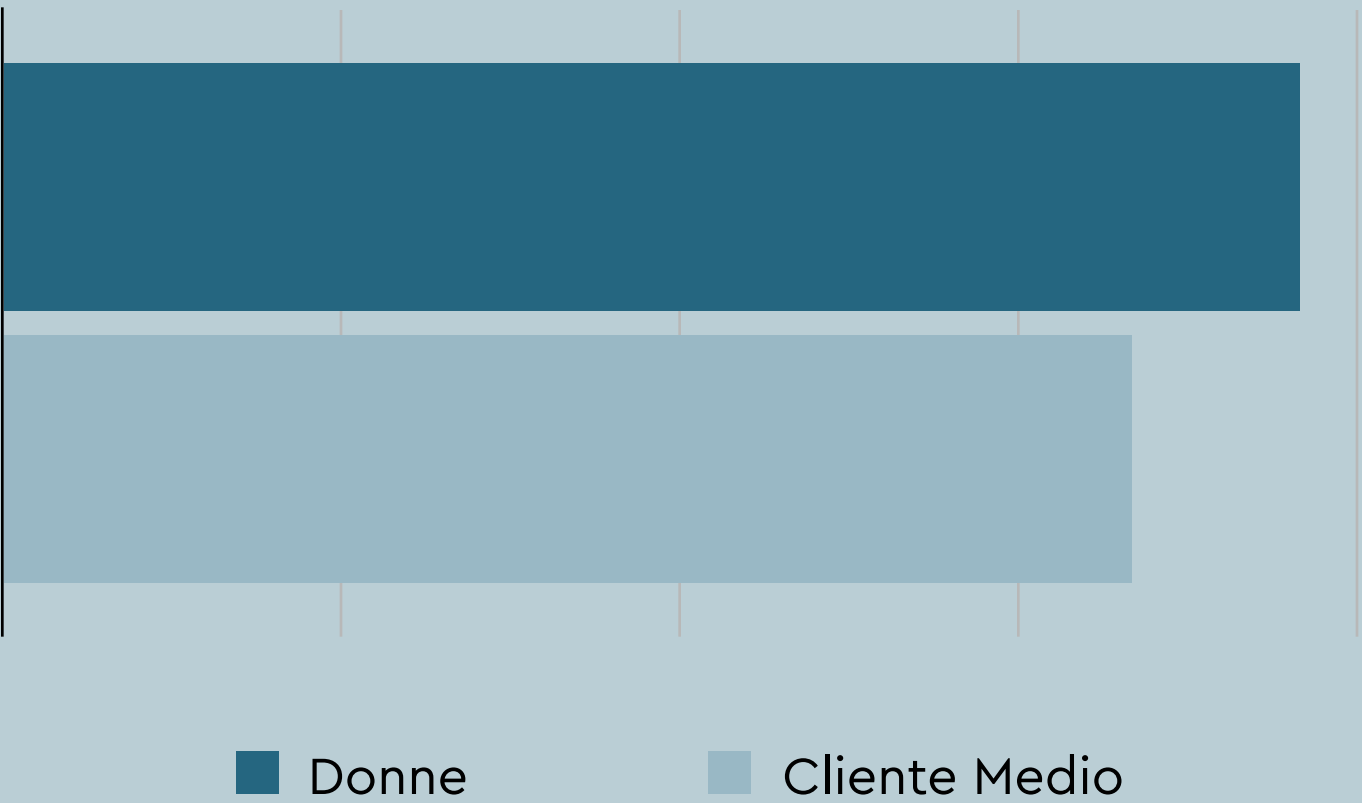
Oltre alle donne, questa denominazione piace molto anche ai **pensionati** che ne consumano un **+39.6%** rispetto alla media.

Un trend in crescita in ogni caso, con una percentuale sul totale delle vendite cresciuta del **+4,2% nel 2017**.

Forte preferenza dalle persone pensionate

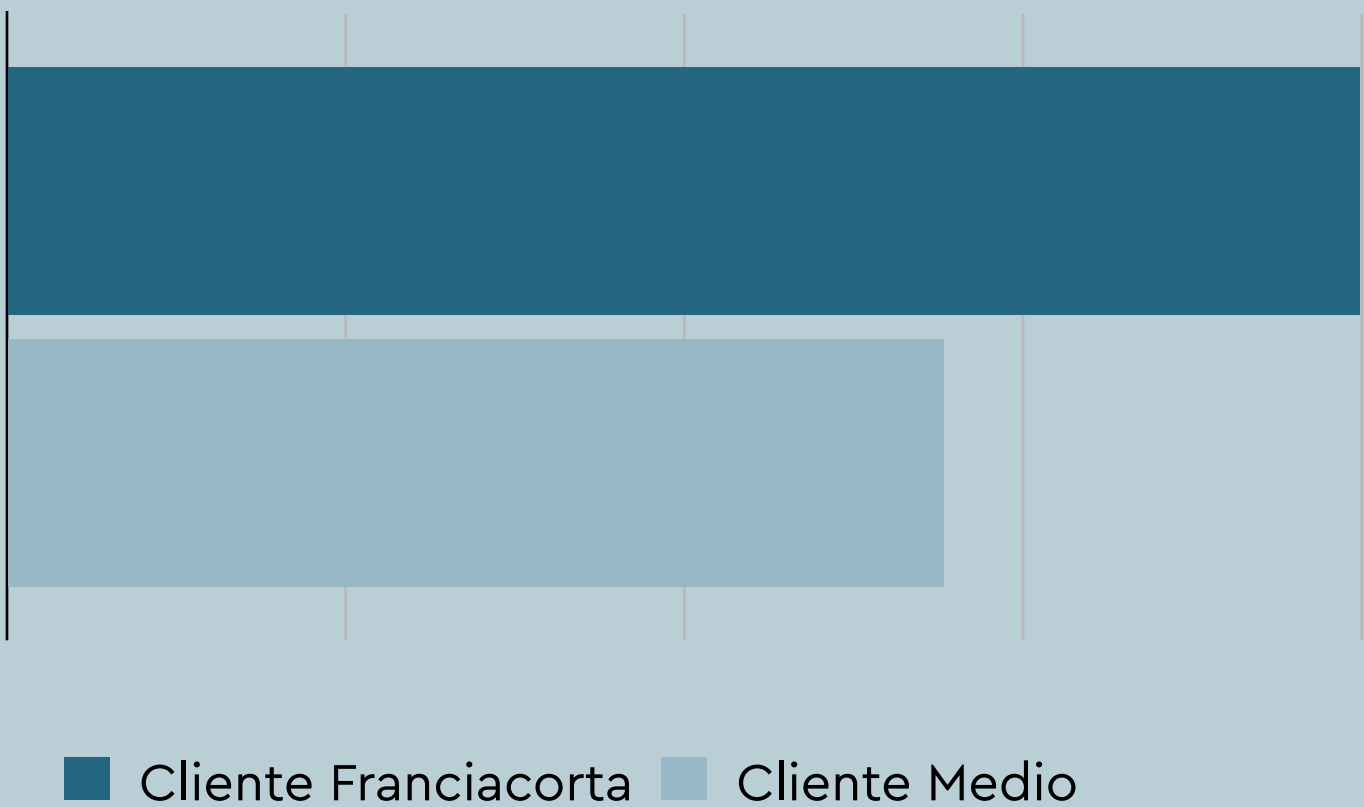


Donne VS Cliente medio

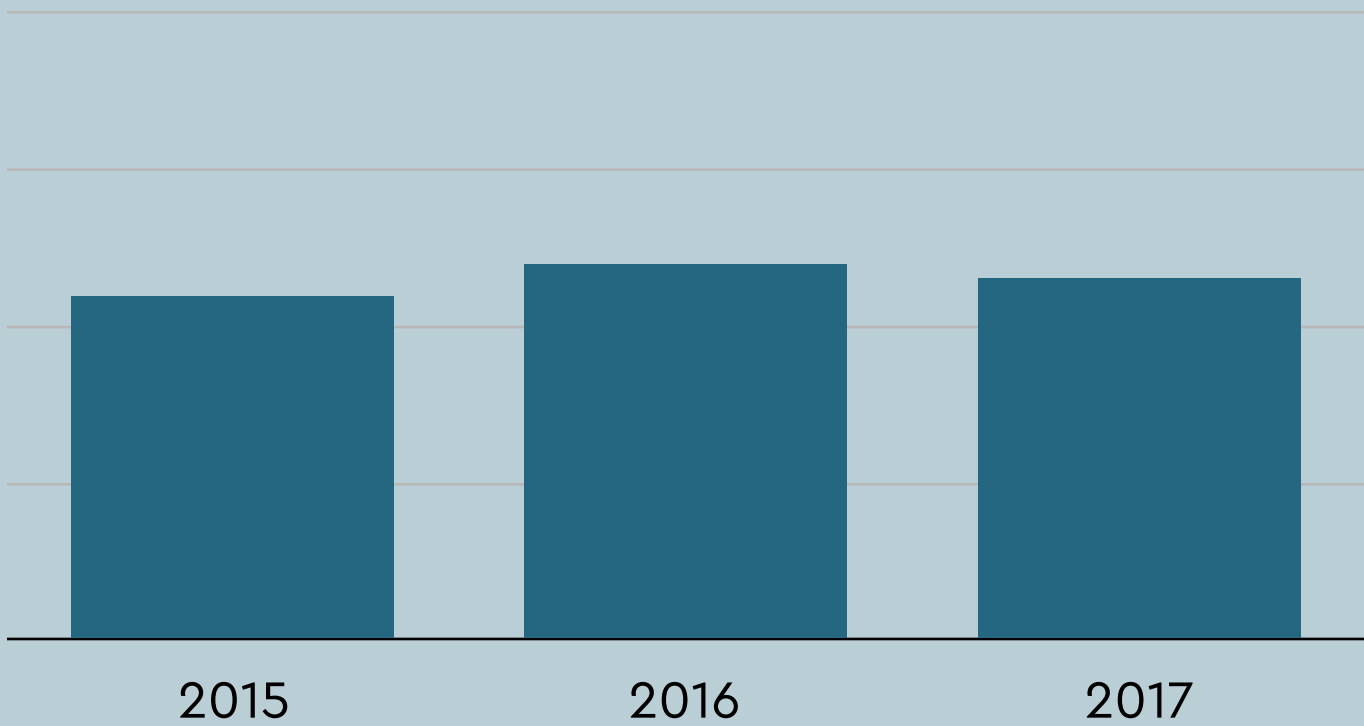




Confronto in Emilia-Romagna



Tendenza % vendite



Il **Franciacorta** è lo spumante di elezione degli **emiliani**.

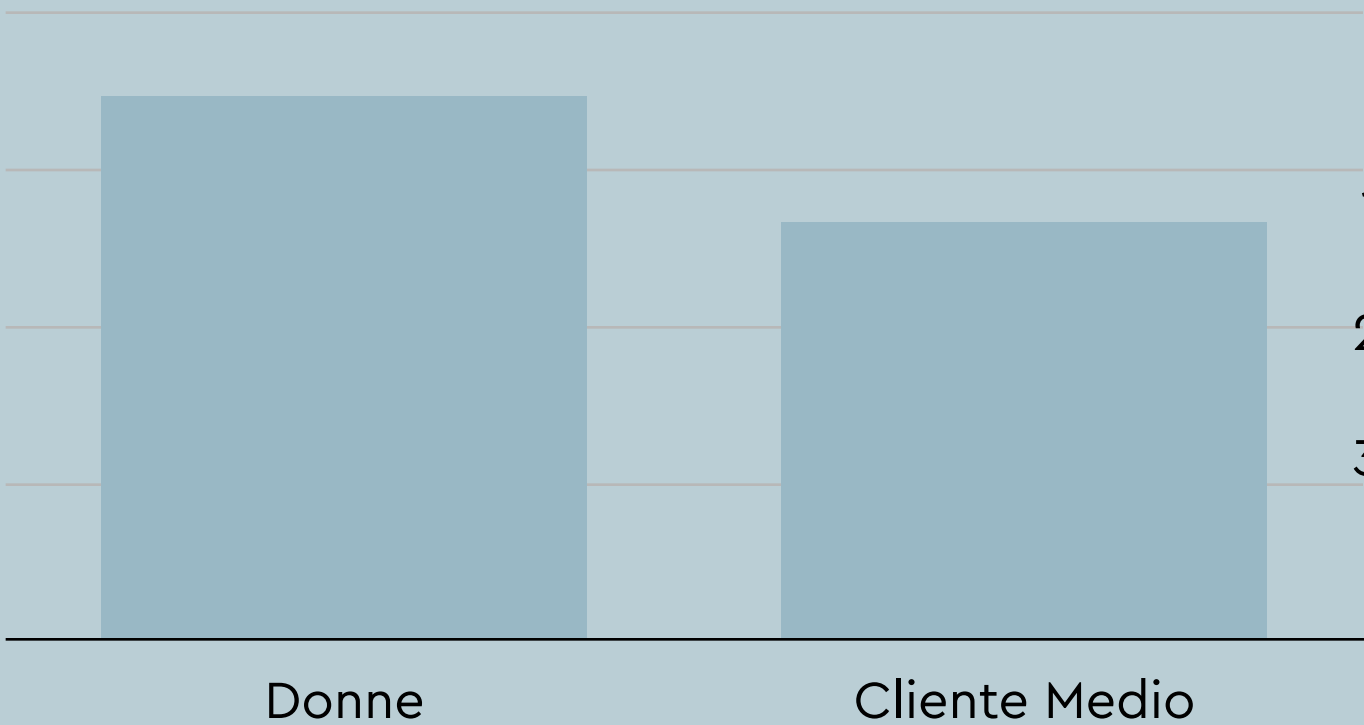
La percentuale di acquisto è altissima in tutta la regione, arrivando a un **+31%** rispetto alle vendite delle altre denominazioni in Emilia.

Ma gli emiliani non sono gli unici a subire il fascino di questa bollicina lombarda, che spopola anche fra le **donne** con un **+9%** rispetto al cliente medio.

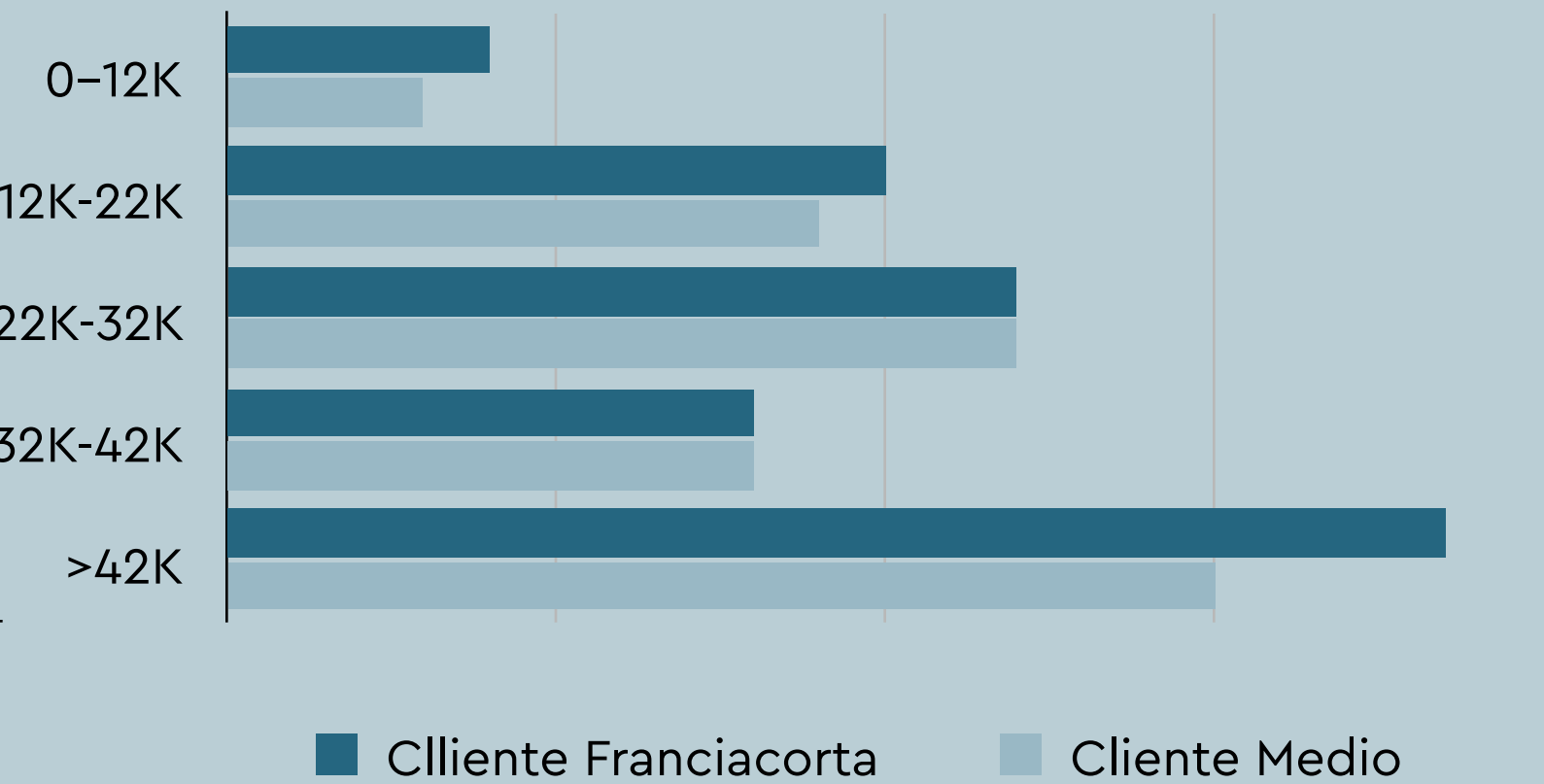
Chi beve Franciacorta, infine, ha un buon tenore di vita con un reddito superiore ai **42K** annui.

E' sempre un buon momento per stappare una bollicina, specialmente a Bologna e dintorni.

Confronto tra donne e cliente medio

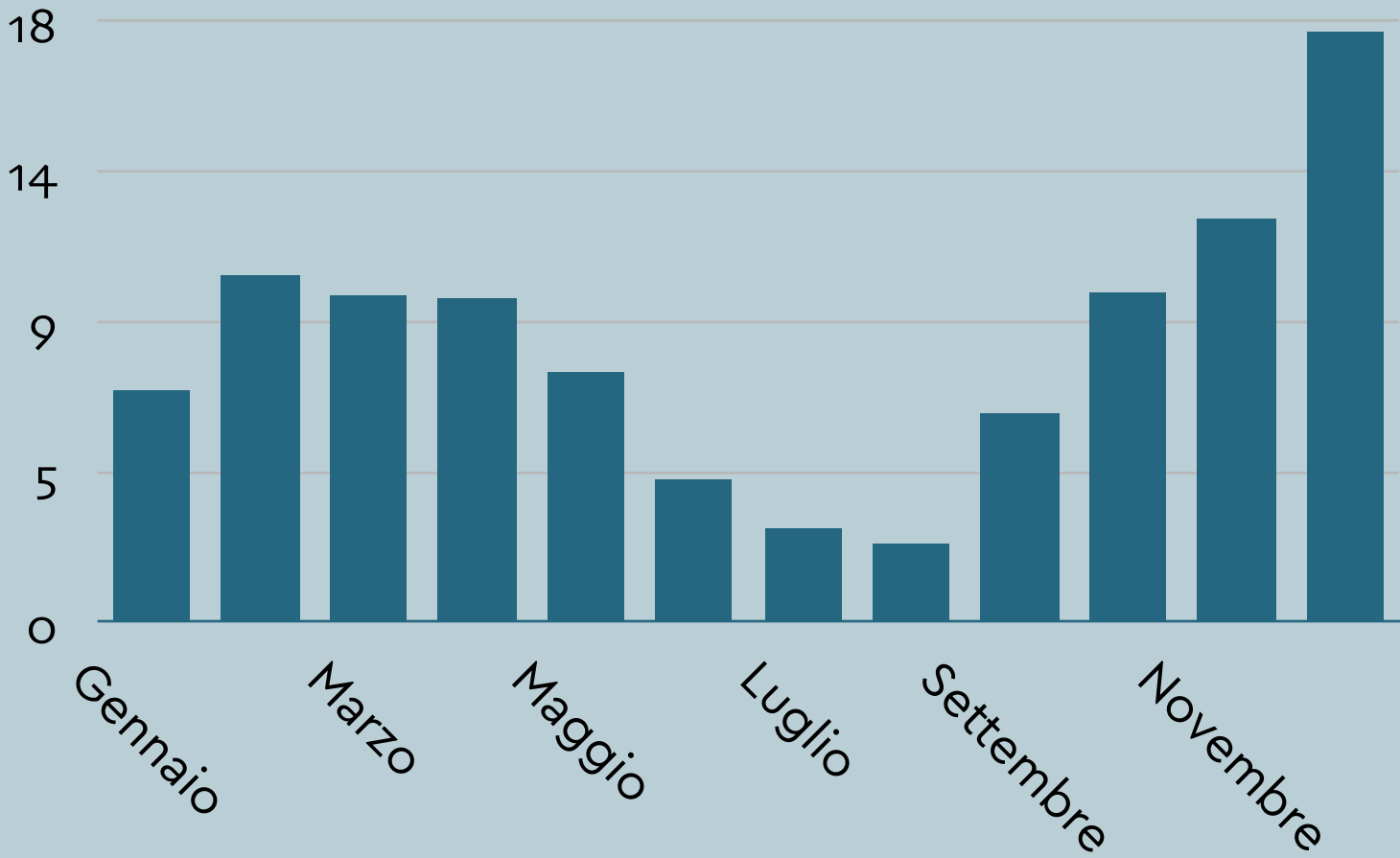


Confronto reddito

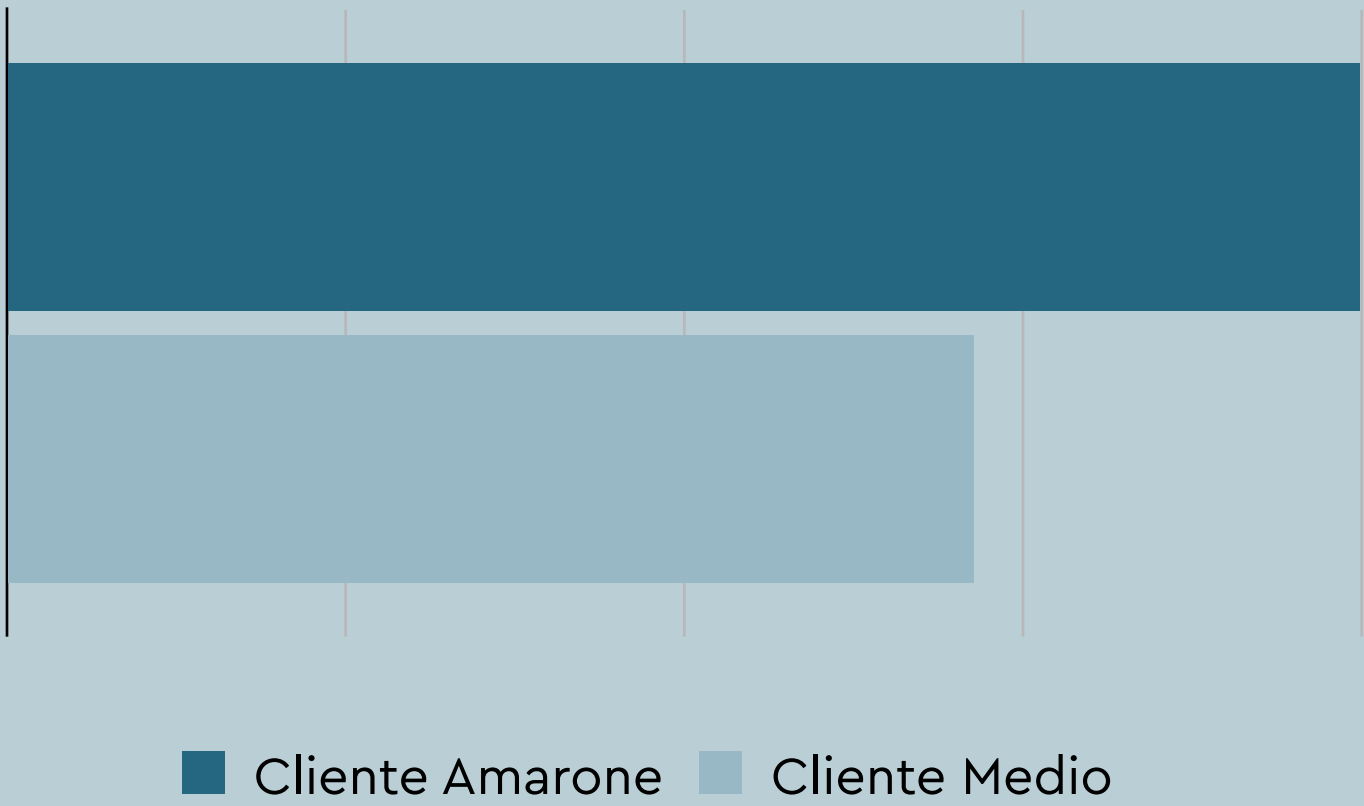




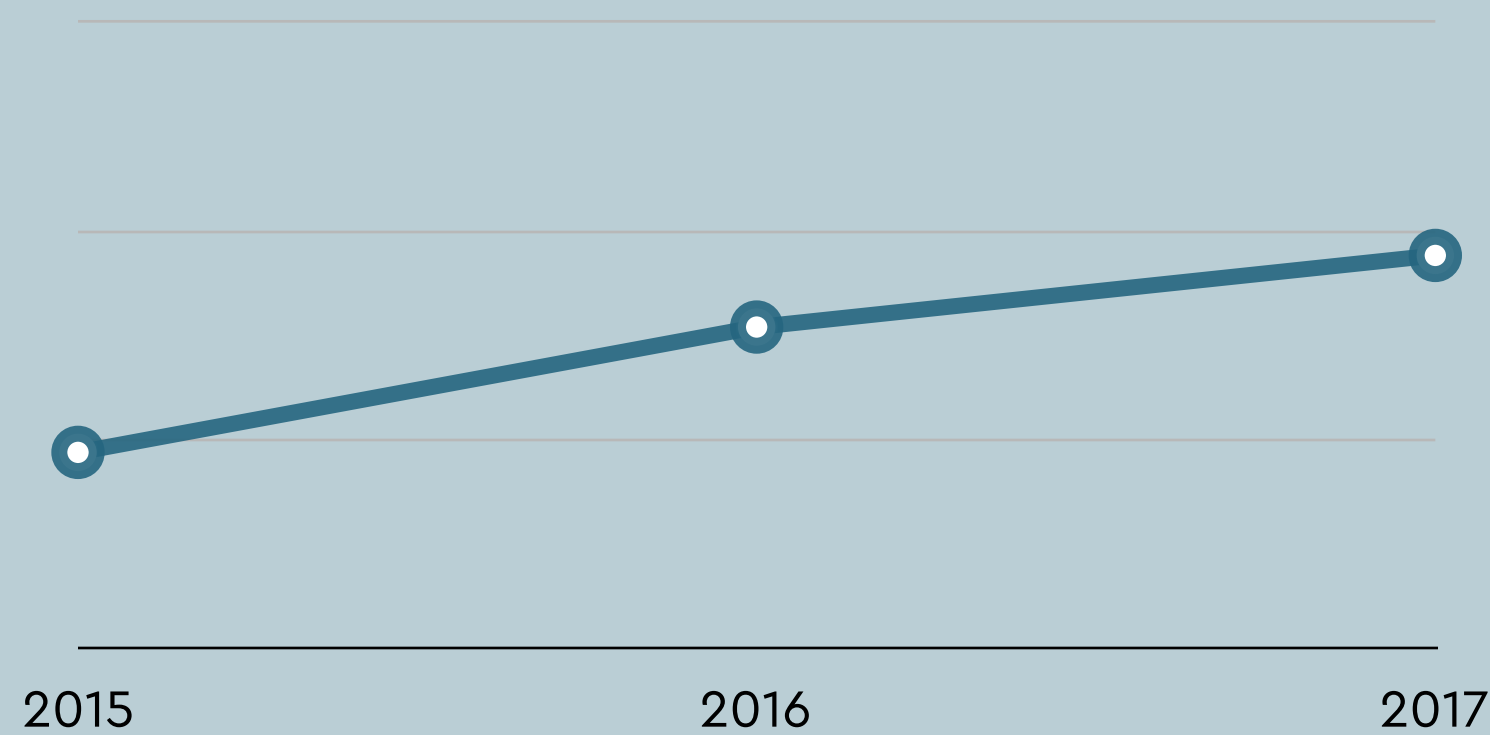
Stagionalità Amarone



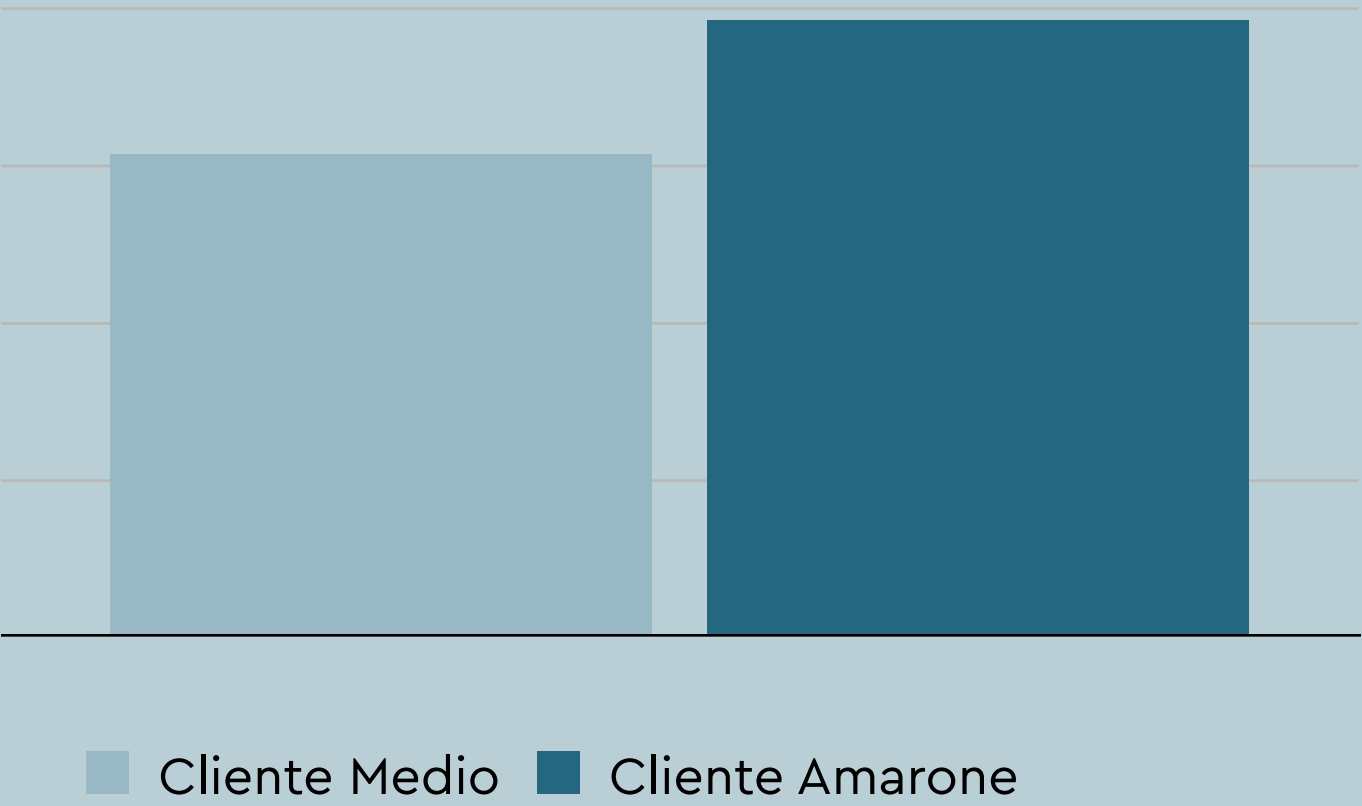
Confronto spesa media



Tendenza % vendite



Consumo di Amarone nel Nord Italia



L'Amarone è l'high spender per definizione.

E' l'alternativa allo Champagne della maison francese **Dom Pérignon** quando il consumatore è in cerca di qualcosa di diverso rispetto a una buona bollicina.

Il signor Amarone è per l'appunto **uomo**, e spende il **29%** in più rispetto a gli altri clienti.

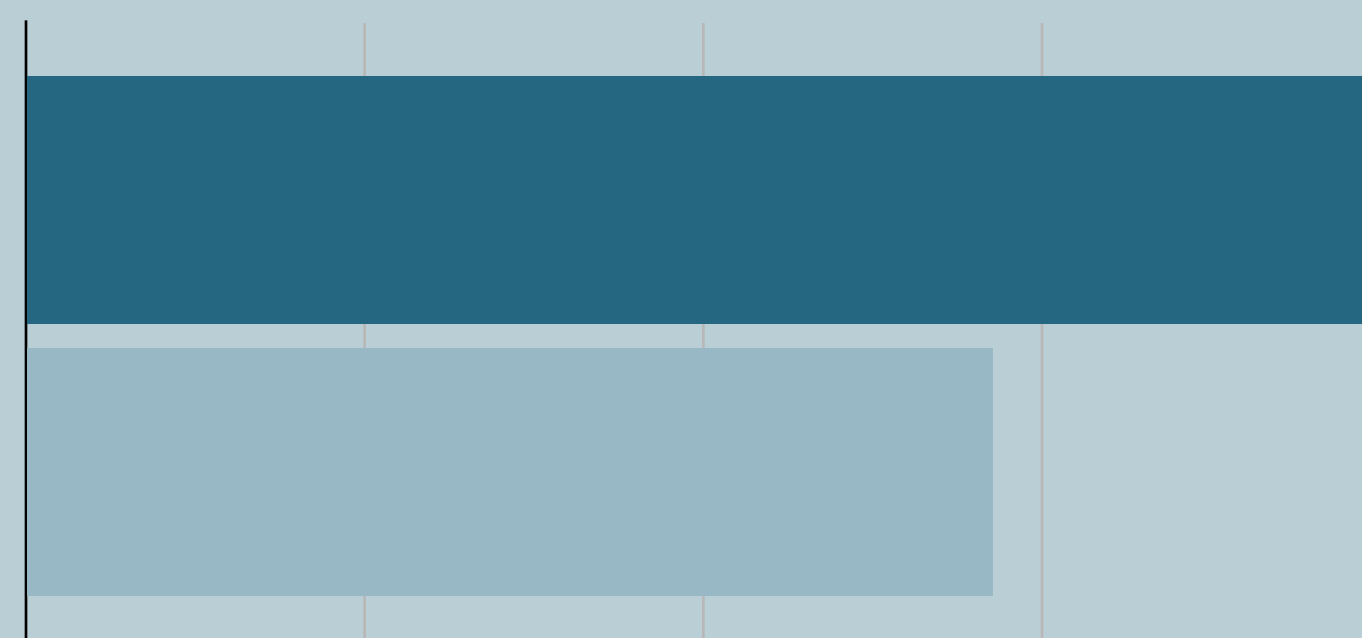
Considerata la sua importanza, è una denominazione acquistata soprattutto nei mesi **invernali** e in particolare nel mese di **dicembre**, oltre che per un uso personale anche per essere messo sotto l'albero di Natale di un buon intenditore che ne resterà senz'altro colpito.

Consumo dai consumatori con fascia reddito più bassa



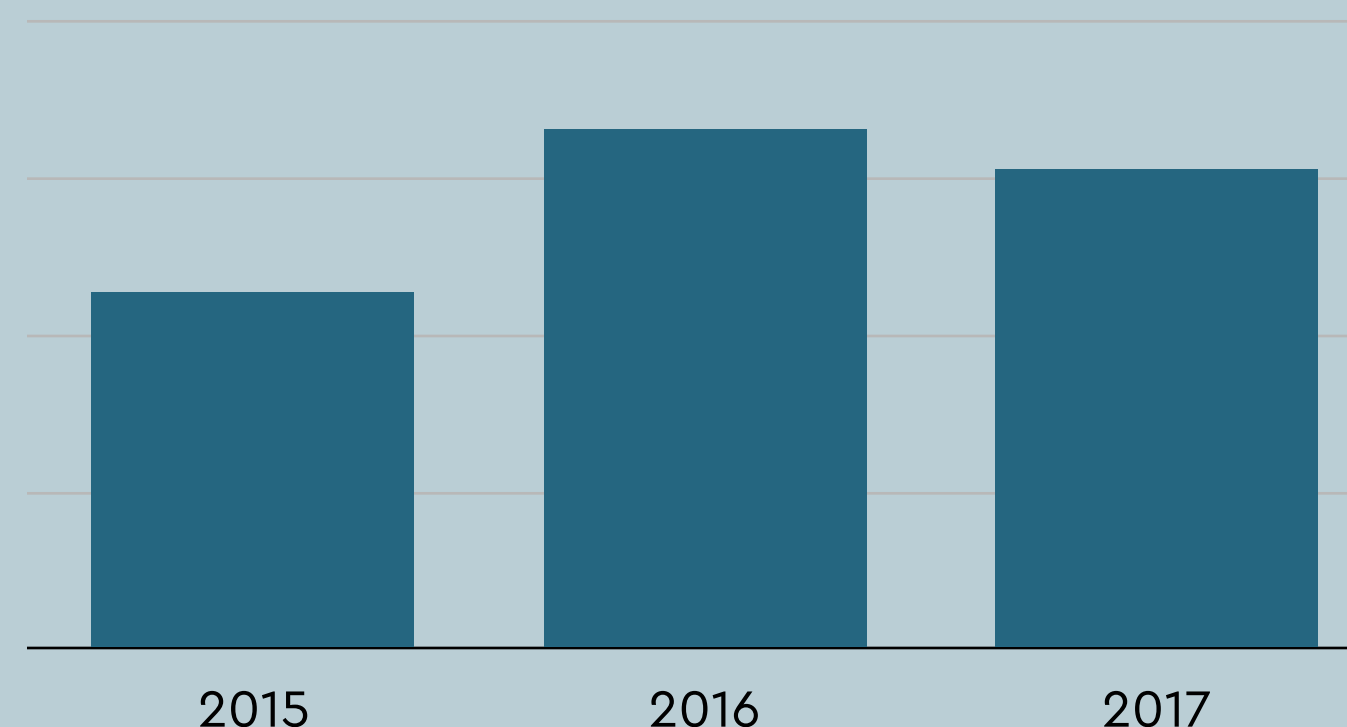
■ Cliente di fascia reddito più bassa
■ Cliente Medio

Forte preferenza dalle persone pensionate



■ Pensionato ■ Cliente Medio

Tendenza % vendite



Confronto tra preferenze del Sud e Nord



Il **Primitivo** non lascia equivoci e si conferma un vino amato al **sud**.

Il consumo in meridione è pari al **+57%** in confronto alla media del resto d'Italia.

Primi fra tutti sono i **campani** dove il Primitivo raggiunge il suo picco.

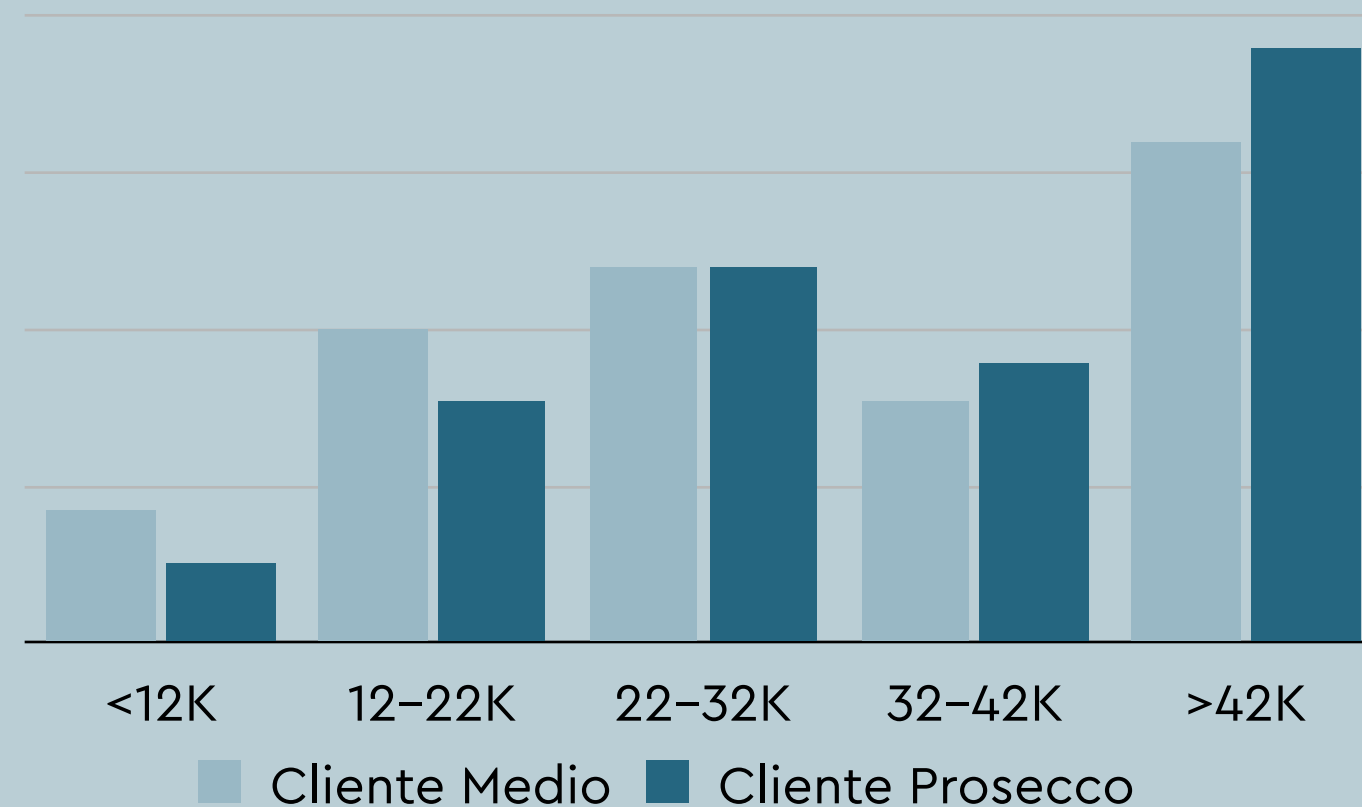
I Primitivi sono senza troppi fronzoli e si dividono fra coloro che hanno un'età media che si aggira attorno ai **43 anni** e di nuovo i **pensionati** che raggiungono addirittura un consumo pari al **+49%** rispetto alla media.

Seppure il **reddito** del consumatore tipo sia **inferiore alla media**, i **millennial** non hanno alcun dubbio a riguardo e stanno a debita distanza spendendo il **-22% in meno** rispetto a tutti gli altri.

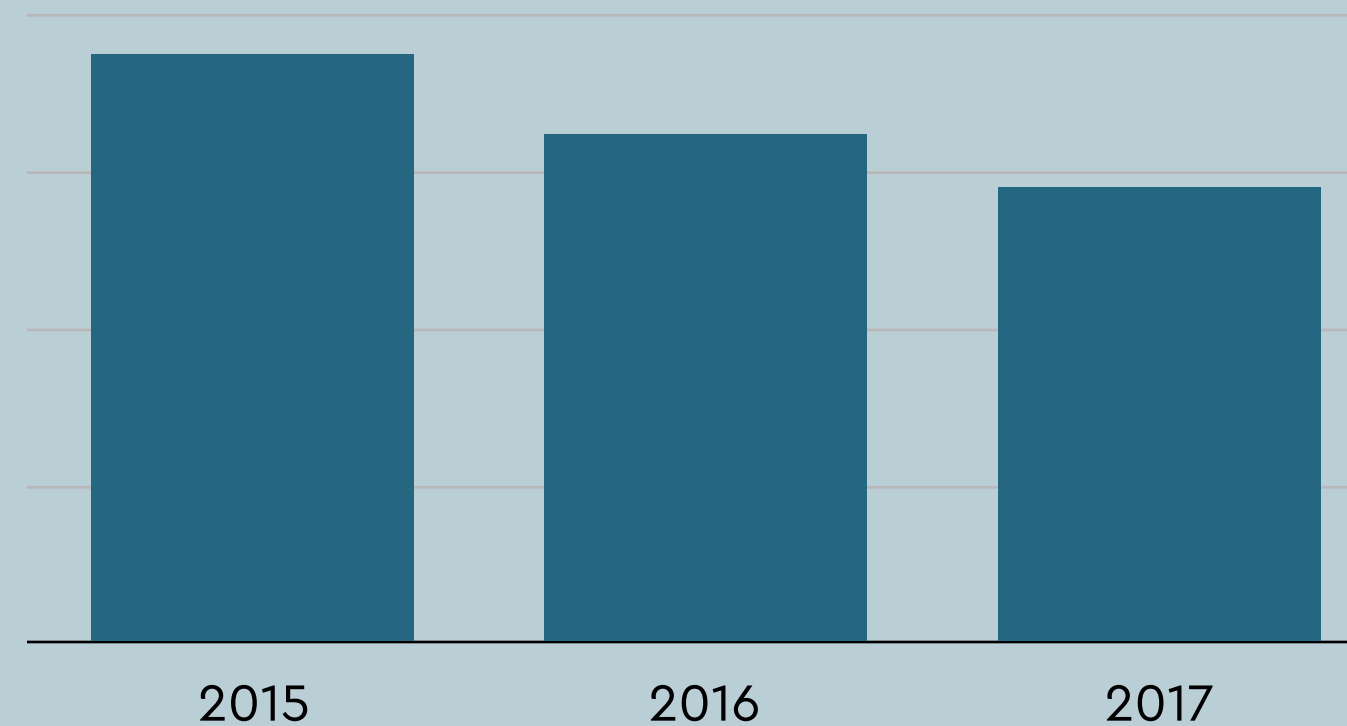
Prosecco



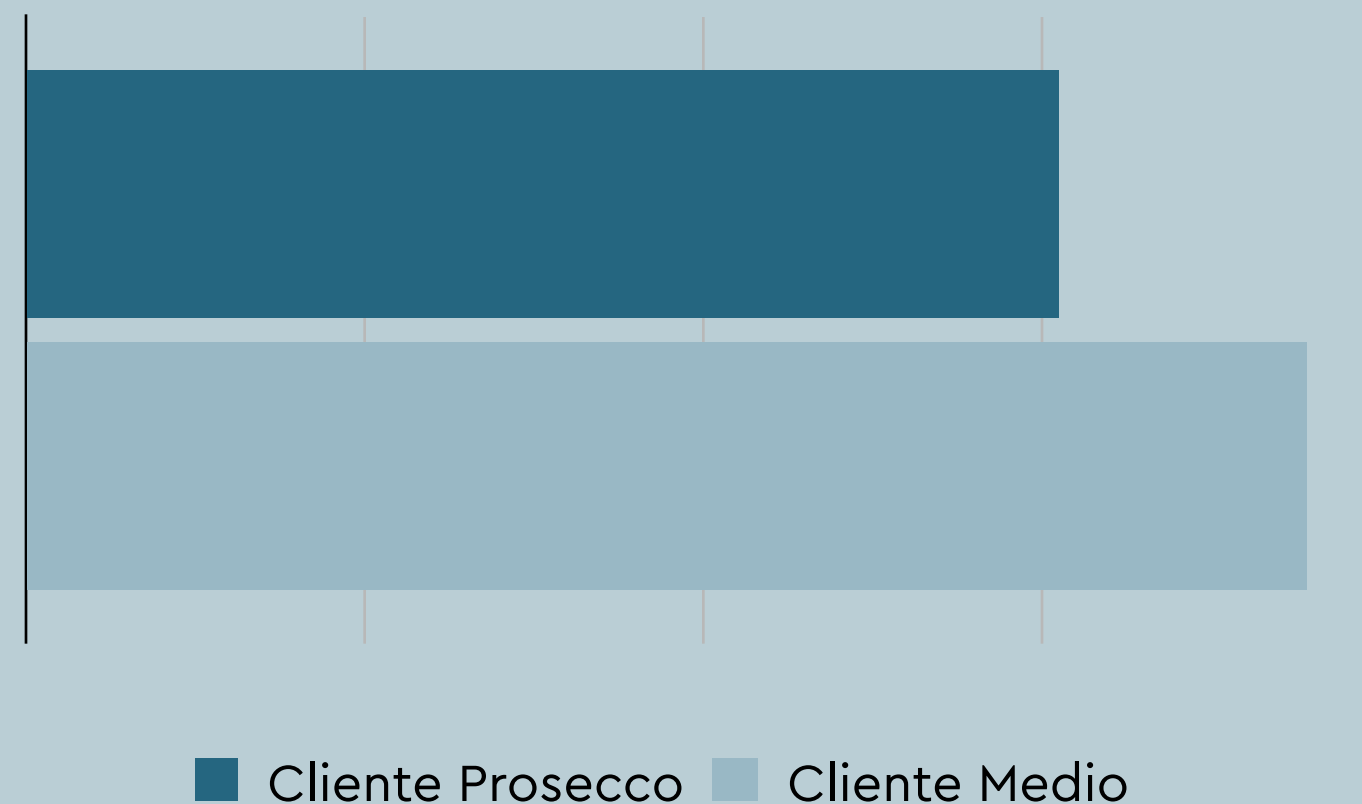
Confronto reddito



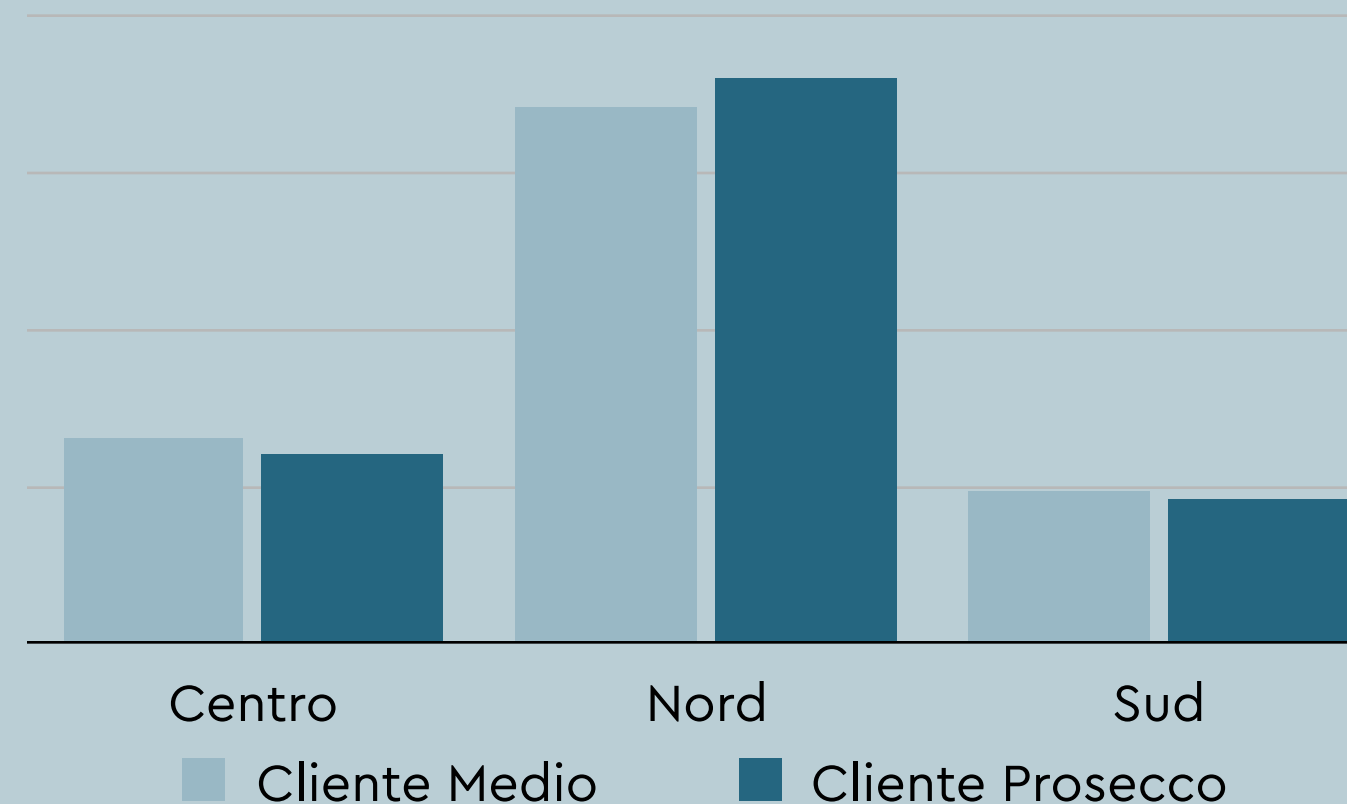
Tendenza % vendite



Confronto prezzo medio



Confronto tra zone sul consumo del Prosecco



Chi pensa che il **Prosecco** sia la scelta per definizione di chi guadagna poco ma non vuole rinunciare a una bollicina, si sbaglia.

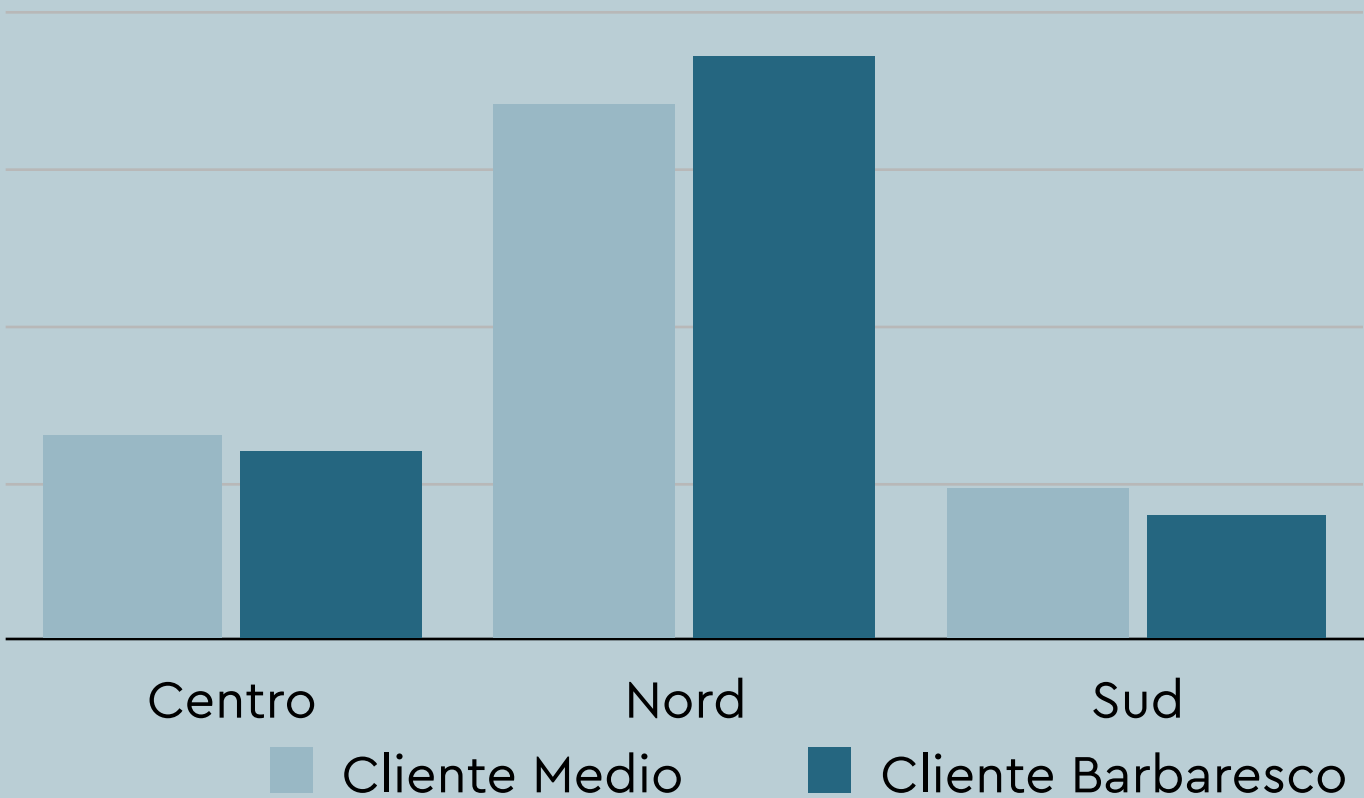
Il cliente medio del **Prosecco** infatti è un tipo di cliente spostato nelle fasce di reddito più alte.

Benestante dunque, ma comunque attento alle sue spese. Il tipo Prosecco, rispetto alla media, è disposto a **spendere di meno per ogni singola bottiglia**.

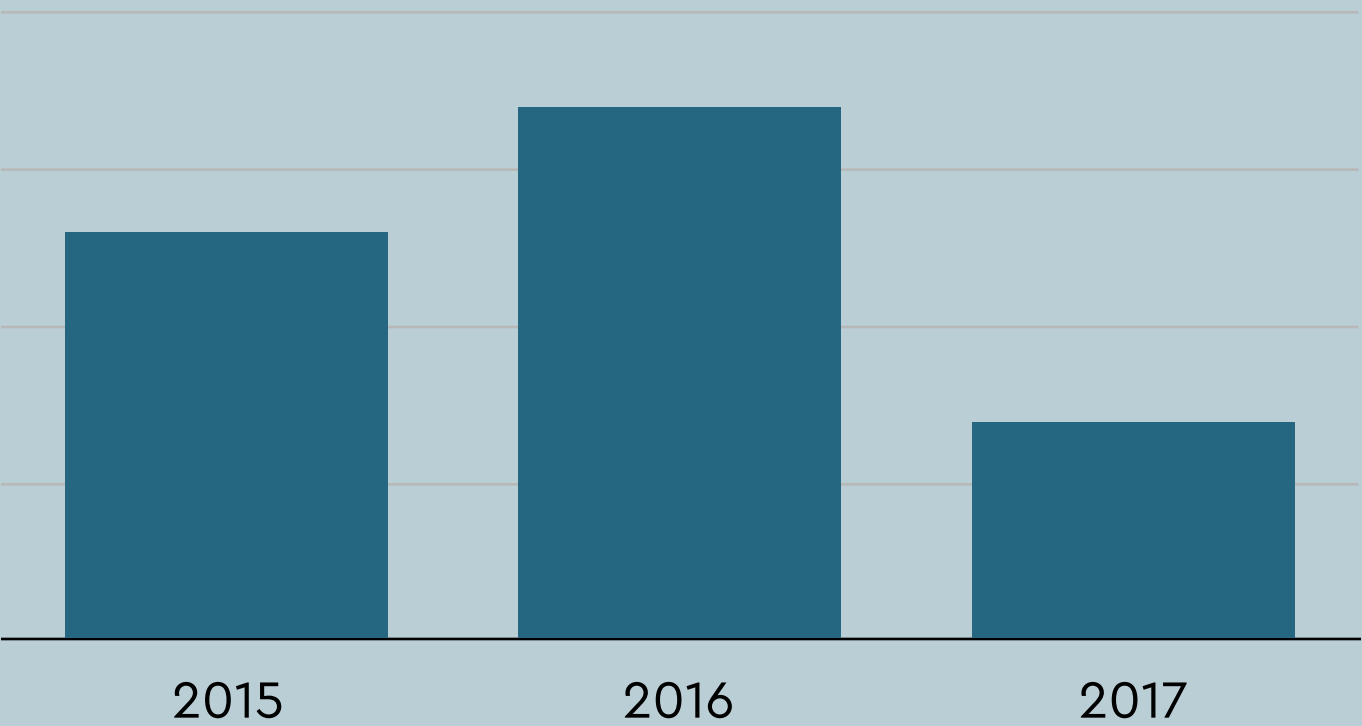
Fra nord e sud, viene consumato sicuramente più nella parte alta dall'Italia, con picco di consumi ovviamente in **Veneto**.

Dopo essere stato intramontabile per anni, qualche lievissimo campanello di allarme si inizia a intravedere con una **domanda in lieve calo**.

Confronto su zone



Tendenza % vendite

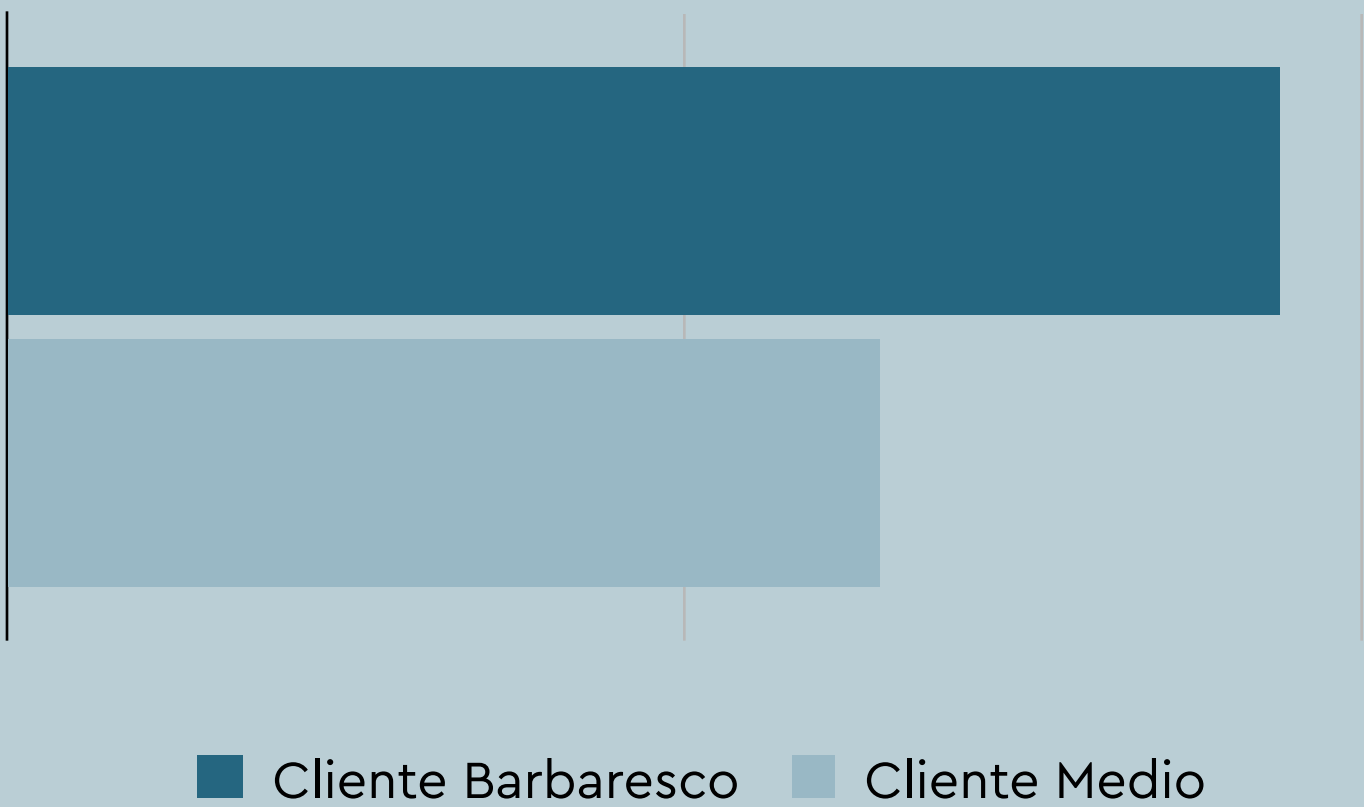


Il cliente del **Barbaresco** è un **uomo** leggermente più giovane del cliente medio (**41,3 anni** vs 41,8 anni).

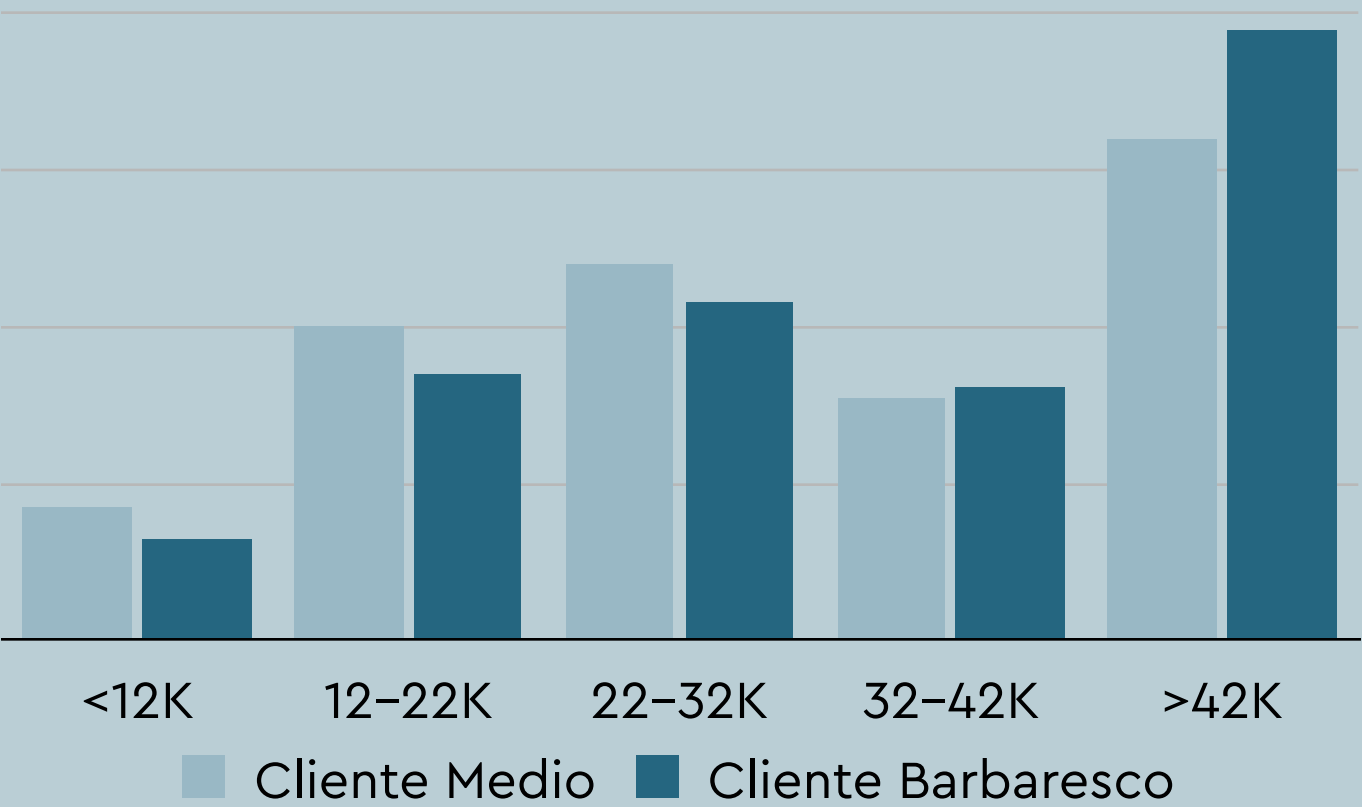
Le donne non lo amano particolarmente e se ne tengono abbastanza alla larga, **spendendo il 25% in meno** rispetto alla media su Tannico.

Ha una buona istruzione, con una laurea in tasca e un reddito superiore anche al cliente Barolo, pari al **+30%** dei clienti in fascia di **reddito superiore ai 42K**.

Confronto ordine medio



Confronto reddito

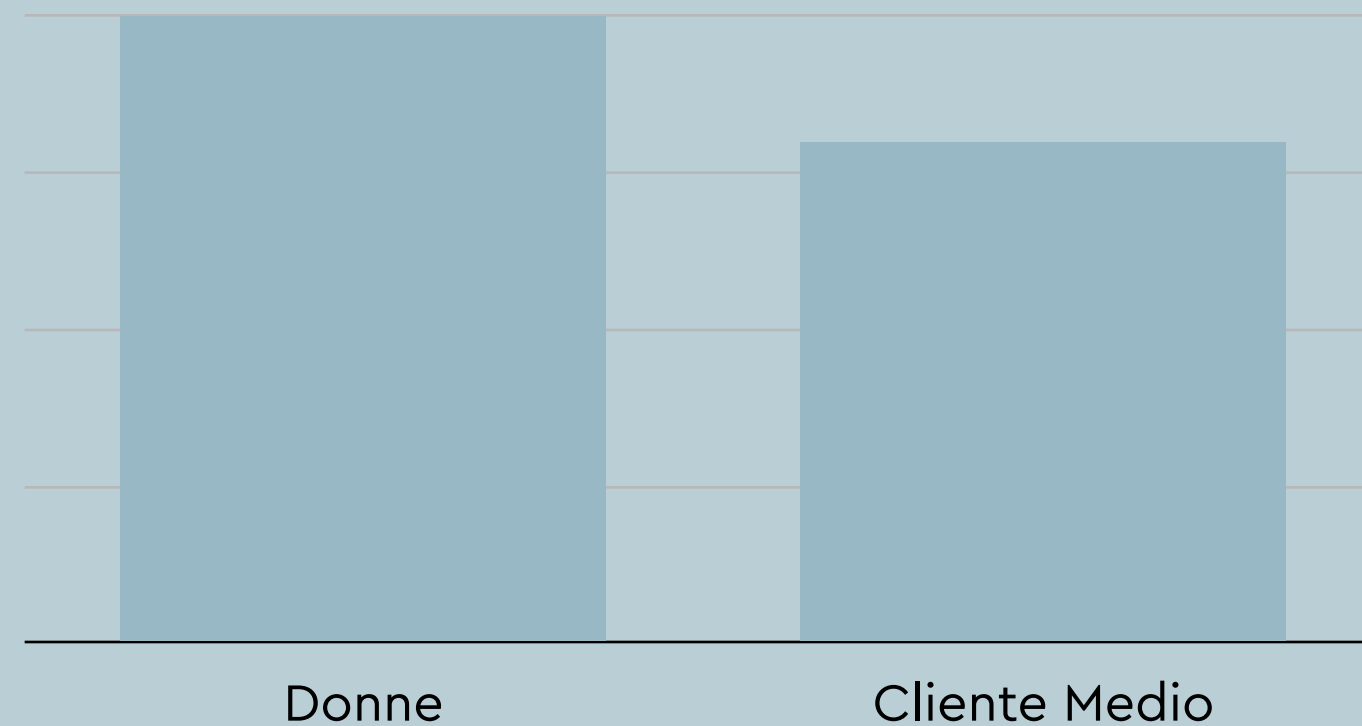


Tuttavia i Barbareschi fanno comunque attenzione a come spendere i loro soldi investendo **meno per singola bottiglia**.

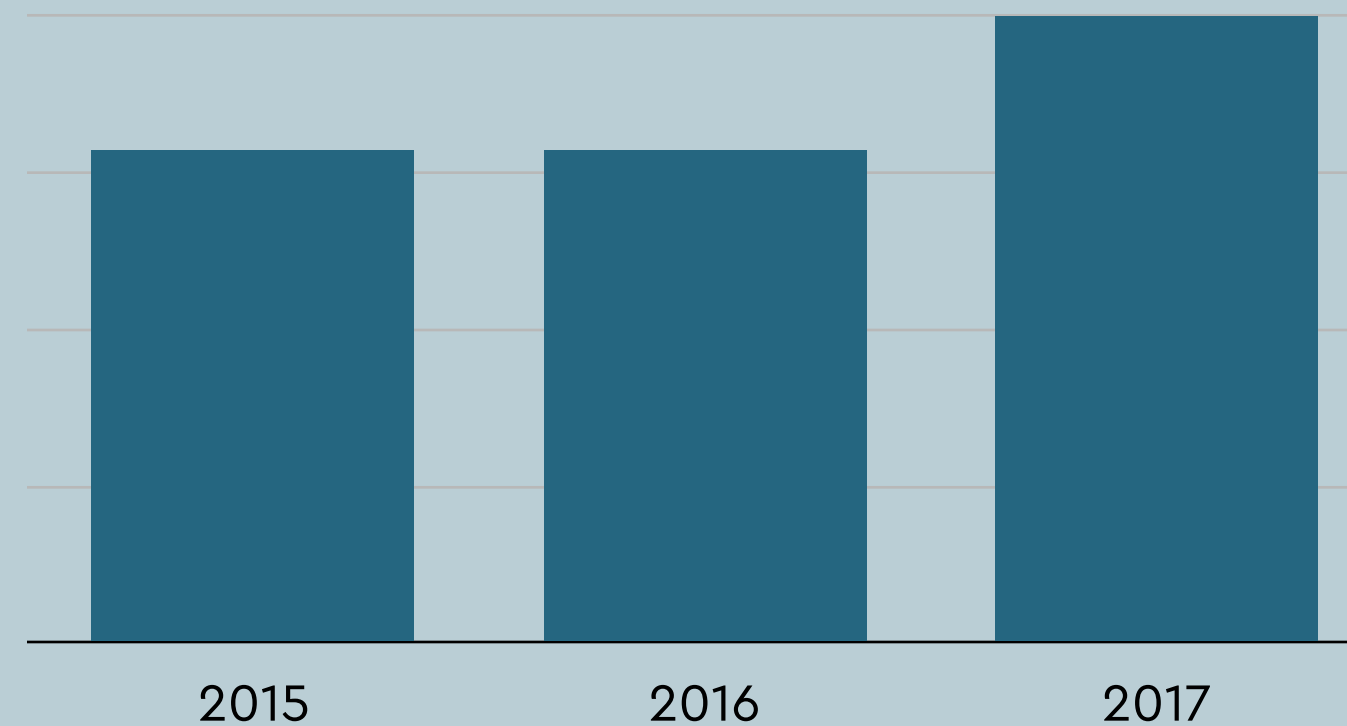
Mentre il Barolo è amato in tutta l'Italia in modo più o meno uniforme, il consumo del Barbaresco è più orientato verso il **nord**.

Diversi anche nei trend. Dopo aver raggiunto un picco di vendite nel 2016, il Barbaresco ha subito un **crollo nel 2017 pari al -60%**, probabilmente legato anche alla scarsa disponibilità dei prodotti.

Confronto tra donne e cliente medio



Tendenza % vendite



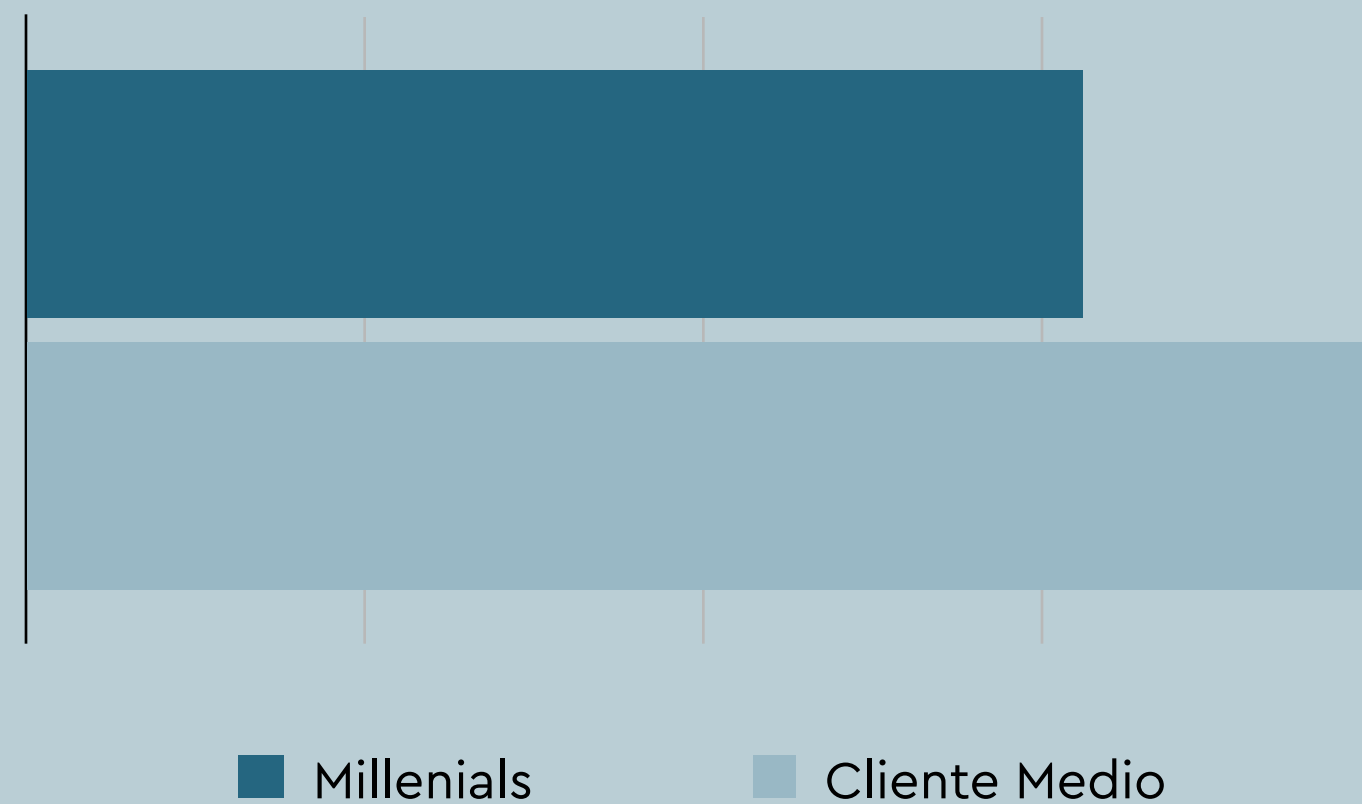
Il **Lugana** è amico delle **donne**, che lo acquistano con slancio superando il consumo medio su Tannico con un bel **+25%**.

Millennial e adulte spesso non vanno a braccetto quando si parla di vino, e ancora una volta ne abbiamo conferma vedendo un acquisto di questa denominazione inferiore del **-22%** rispetto al cliente medio.

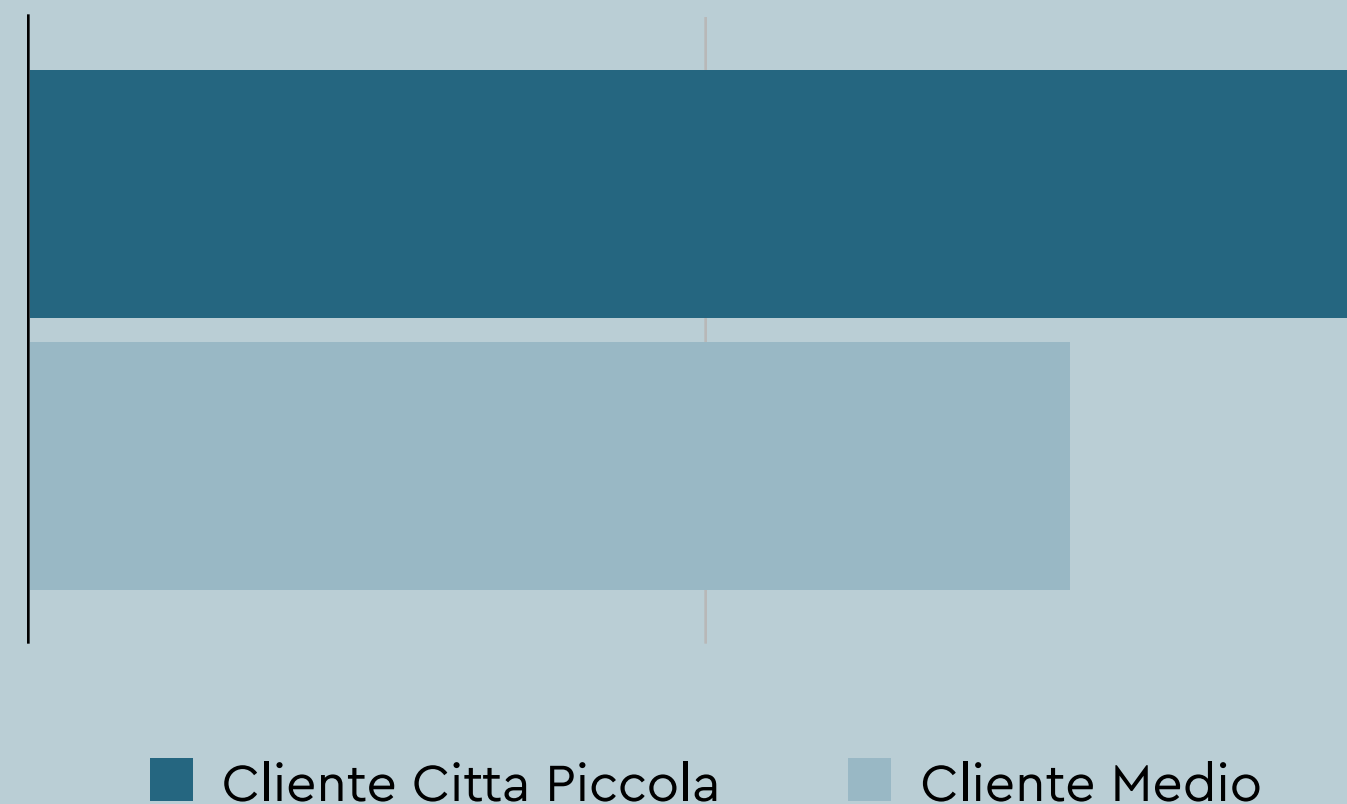
La curiosità per il Lugana cresce e si sviluppa soprattutto nelle **piccole città** italiane dove l'acquisto è superiore del **+20%**.

Ma attenzione, la situazione potrebbe cambiare e diventare popolare anche nelle maggiori città vista la **forte crescita** che sta avendo sulle vendite pari al **+33%** nel solo **2017**.

Millenial VS Cliente medio

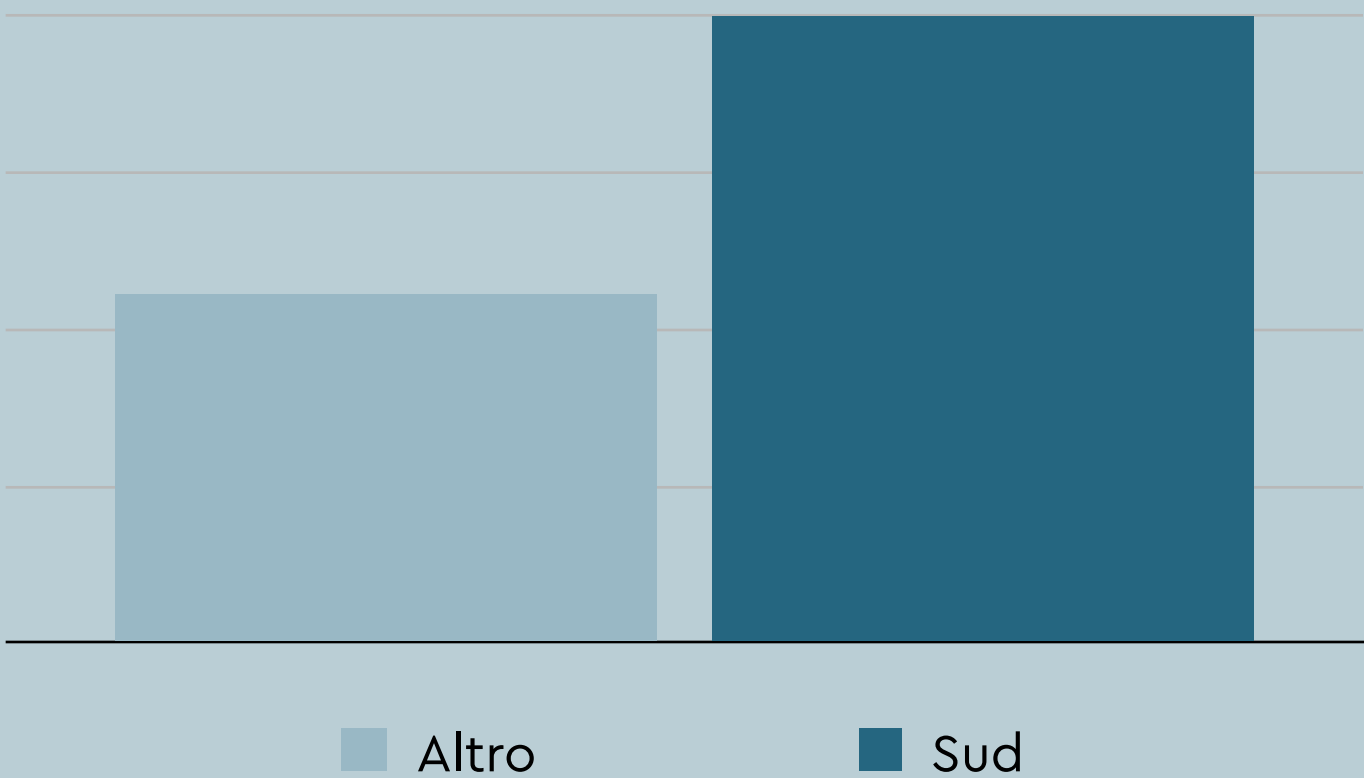


Città Piccola VS Cliente medio

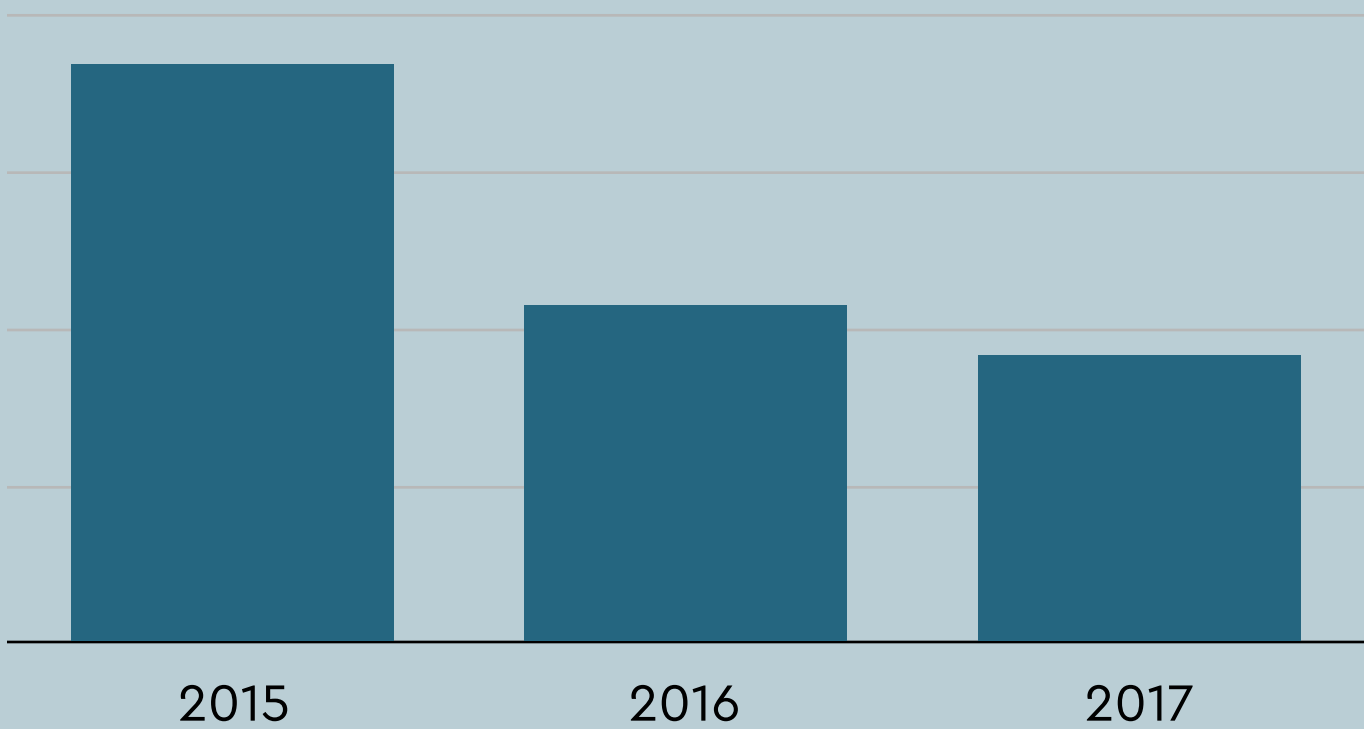




Confronto tra sud e il resto dell'Italia



Tendenza % vendite

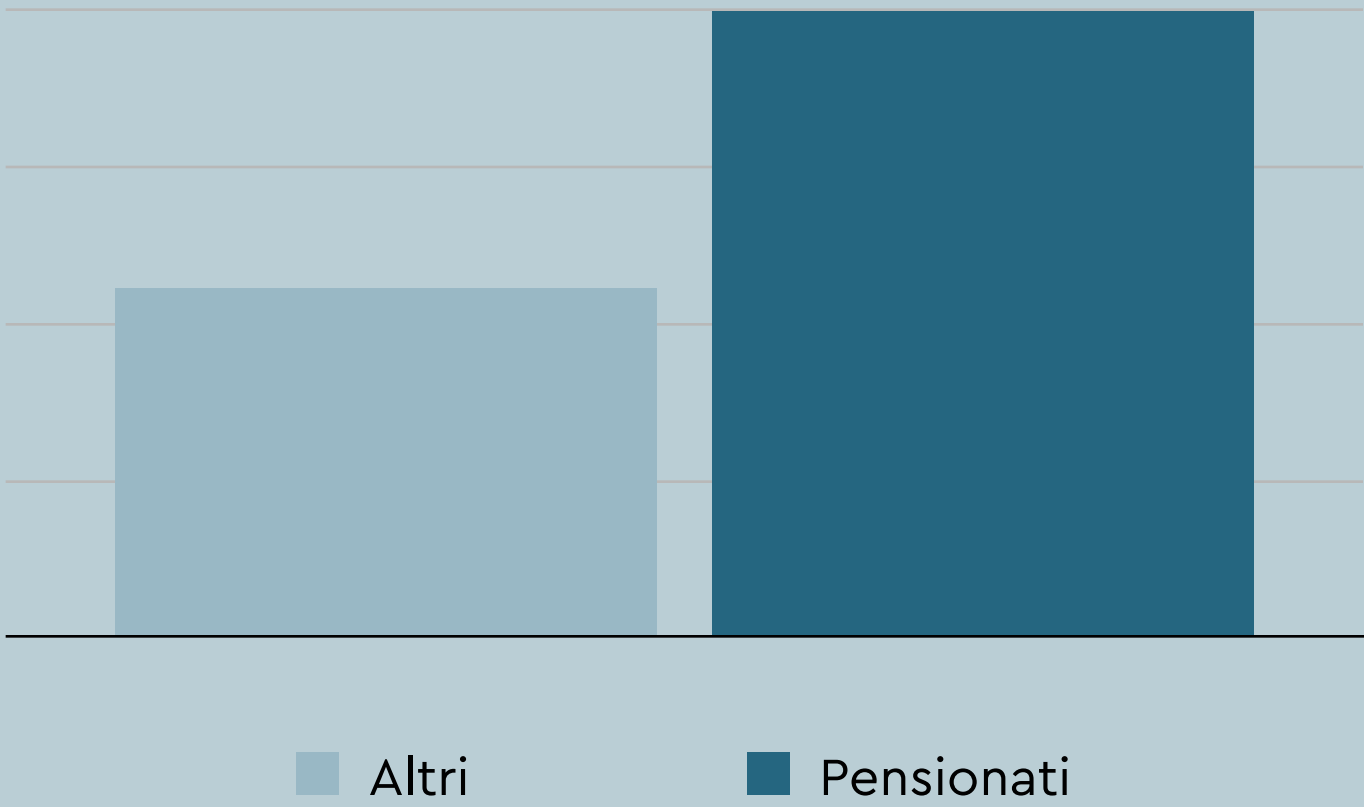


Il tipo **Aglianico** è un tranquillo uomo del sud.

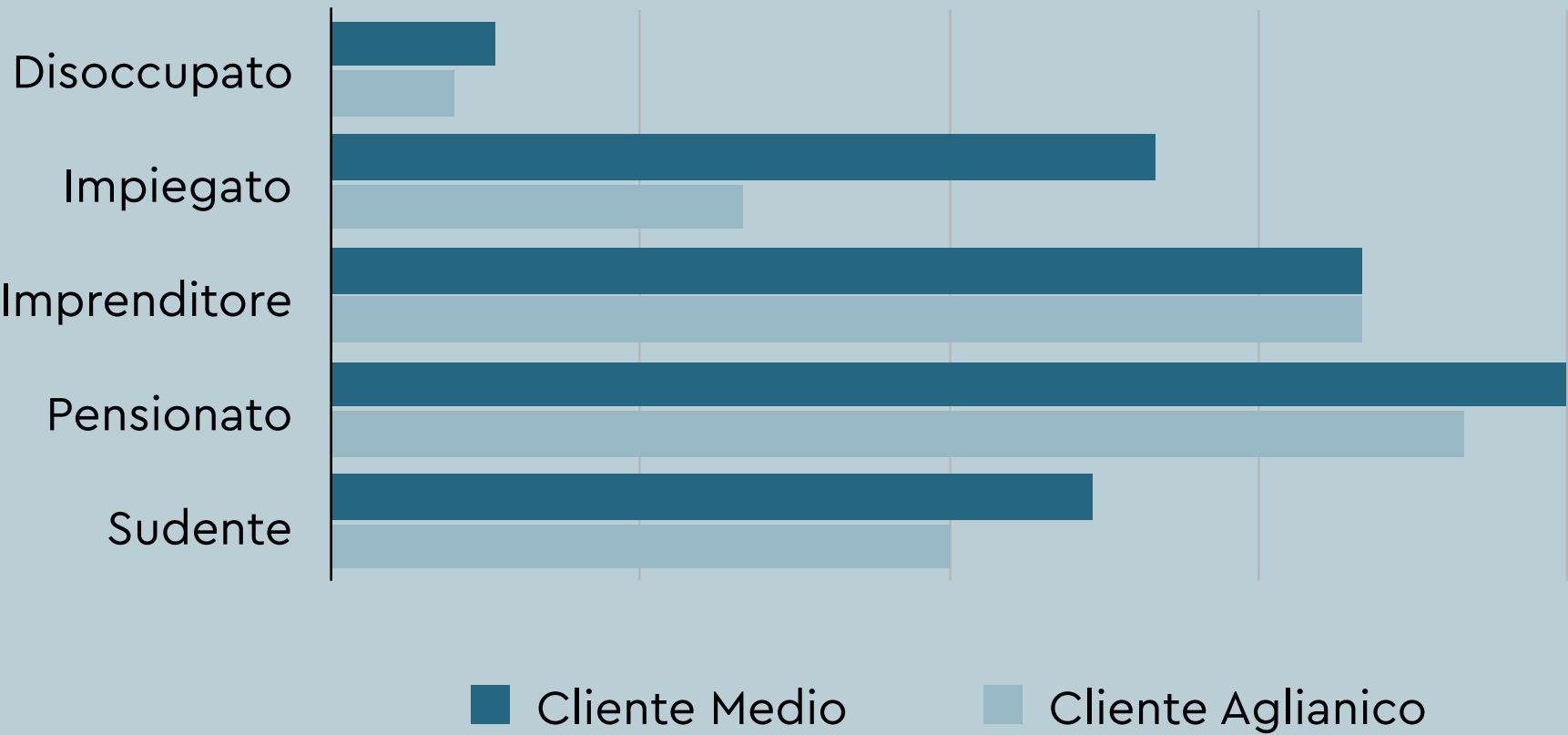
Particolarmente amato da chi è in **pensione**, l'**Aglianico** riesce a imporre il proprio fascino in modo inequivocabile in questa fascia, dove gli acquisti di questa denominazione vedono un aumento dell'**80%** rispetto alle altre.

I fan più sfegatati dell'Aglianico si trovano nel **sud d'Italia**, con un'alta concentrazione nelle regioni della **Basilicata** e della **Campania**.

Pensionati vs Altri



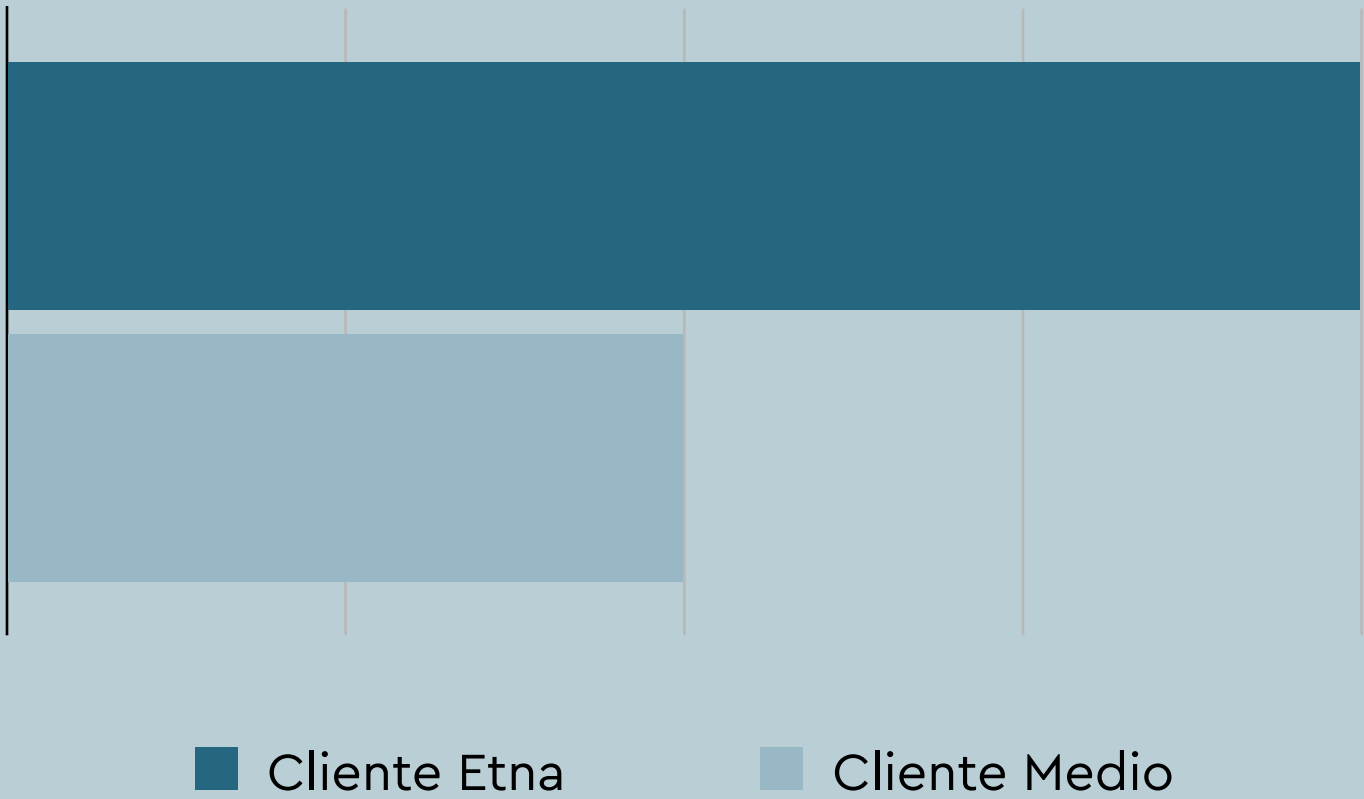
Confronto tra professioni



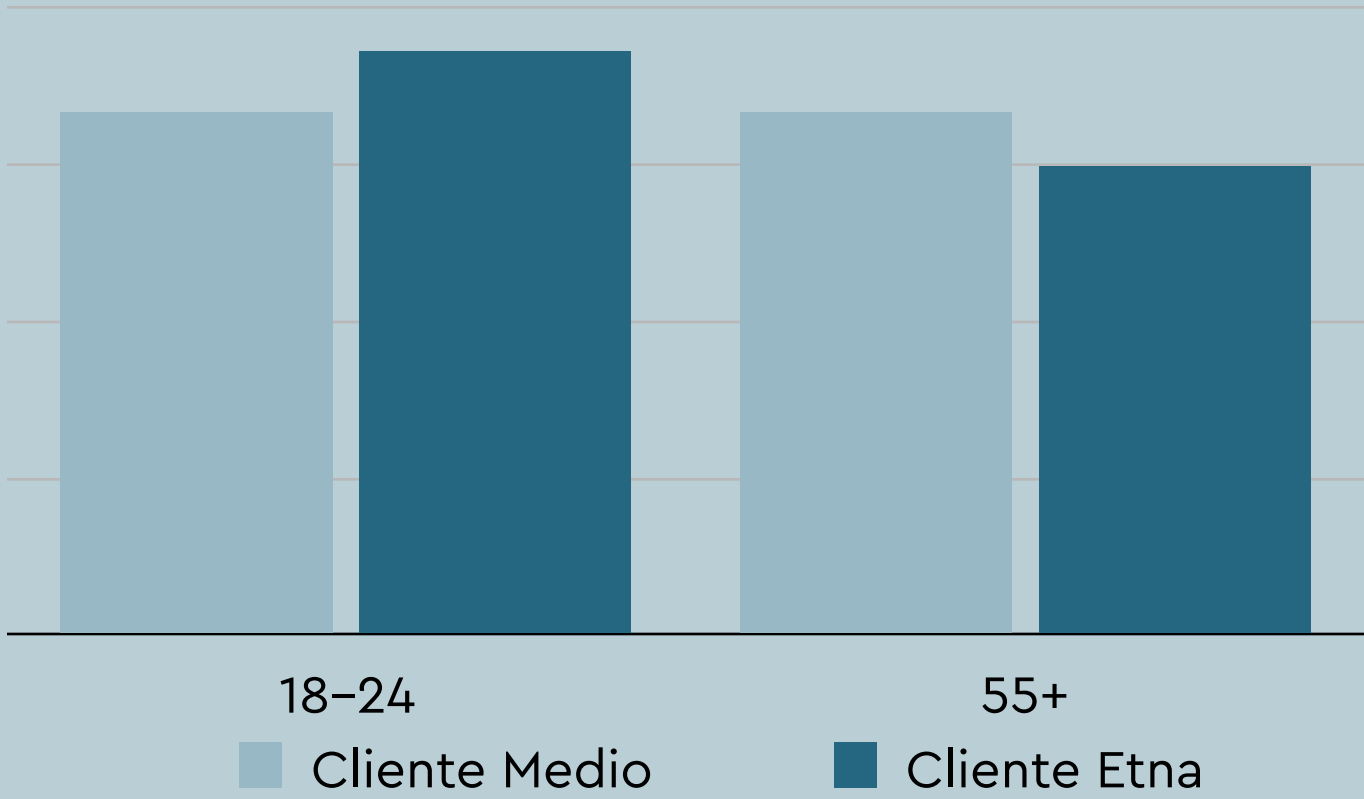
Forte in meridione quindi, ma non abbastanza da restare alto nella classifica del consumo che riflette un **forte calo negli ultimi anni**, pari al **-15%**.



Confronto in Sicilia



Confronto tra fascia di età



Altro tipo di **pensionato** è quello che all'Aglianico preferisce l'**Etna**.

Molto spesso vive nelle **grandi città** italiane **(+20%)** ma è anche molto apprezzato nelle **isole** in particolare in **Sicilia**, dove viene prodotto.

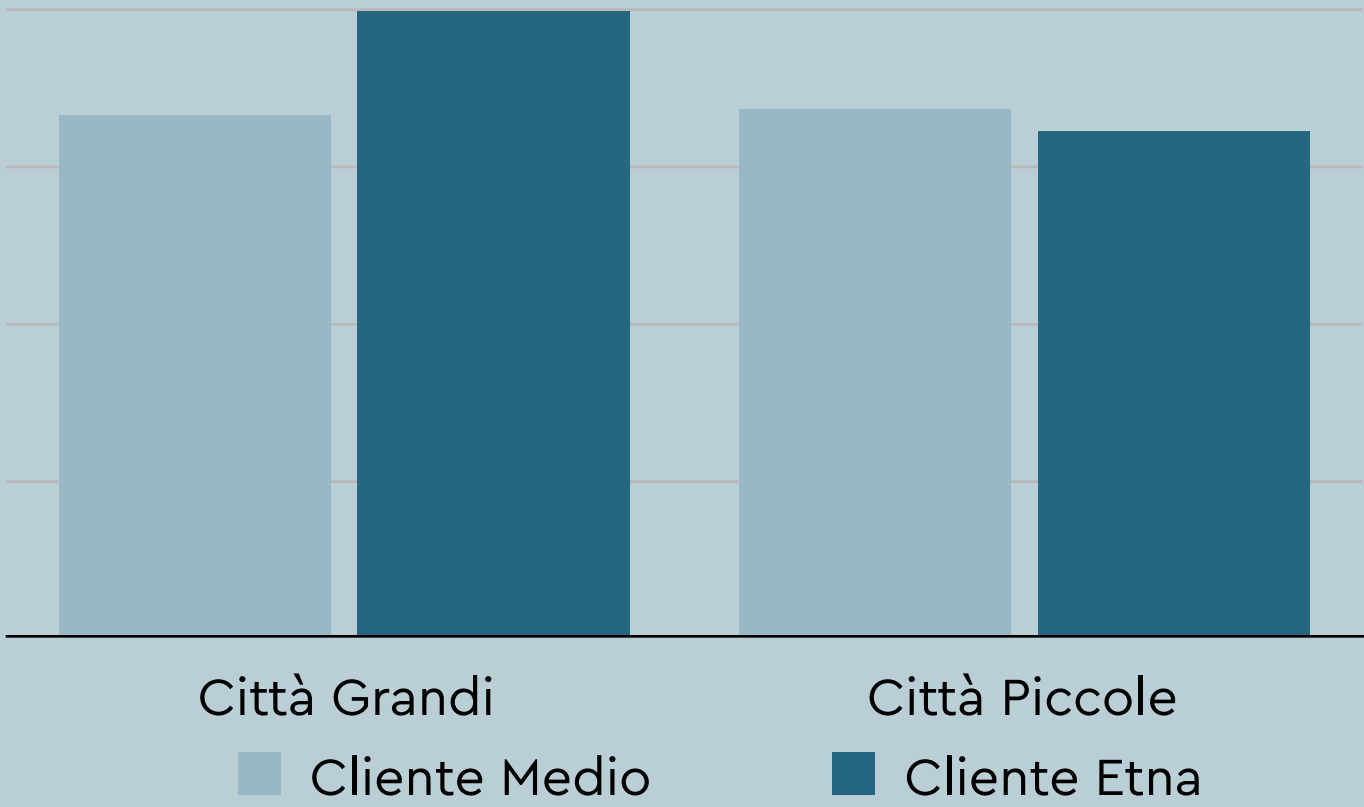
E' un buon bevitore, esperto e a modo suo esigente.

Saltando a piè pari tutta la fascia di età di mezzo che ne fa un consumo moderato, il tipo Etna passa dal pensionato al **giovannissimo** in un battibaleno.

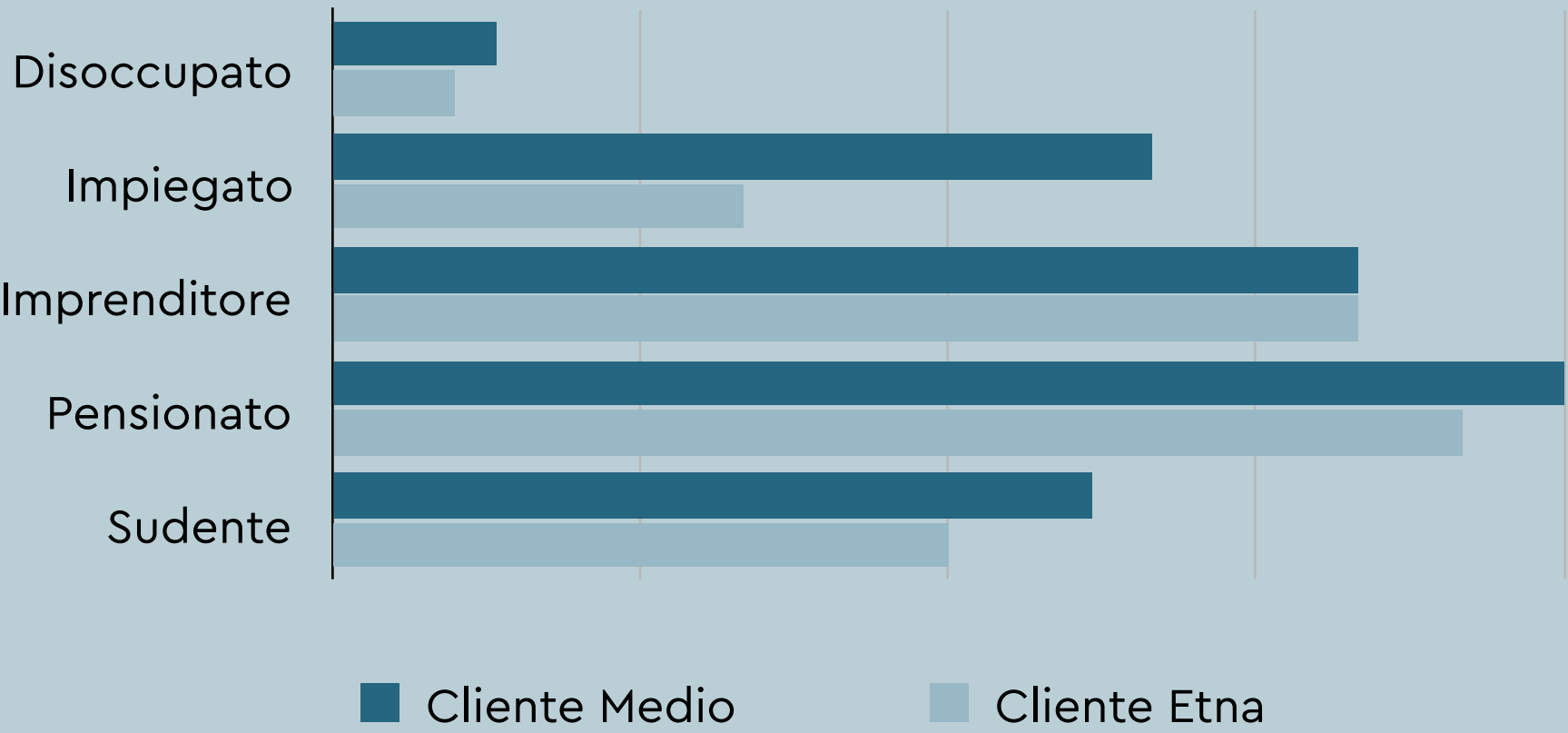
In particolare è la **fascia tra i 18 e i 24 anni** a farsi affascinare, mentre ancora sta prendendo le misure con il mondo del vino e non è ancora molto esperta.

Chi vince fra i giovani e gli anziani? Sono i primi a primeggiare con un **+ 10%** rispetto ai bevitori più esperti dai 55 anni in su.

Confronto su aree principali



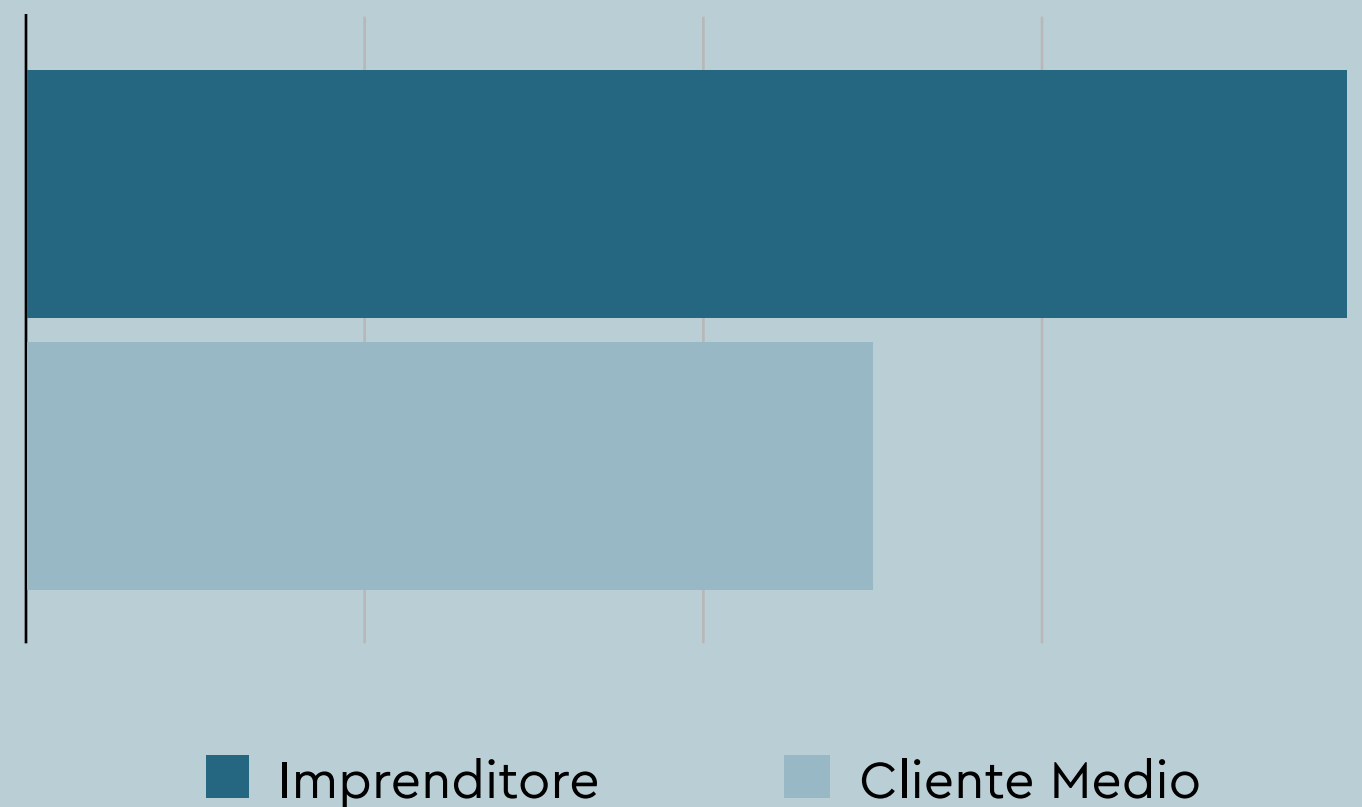
Confronto tra professioni



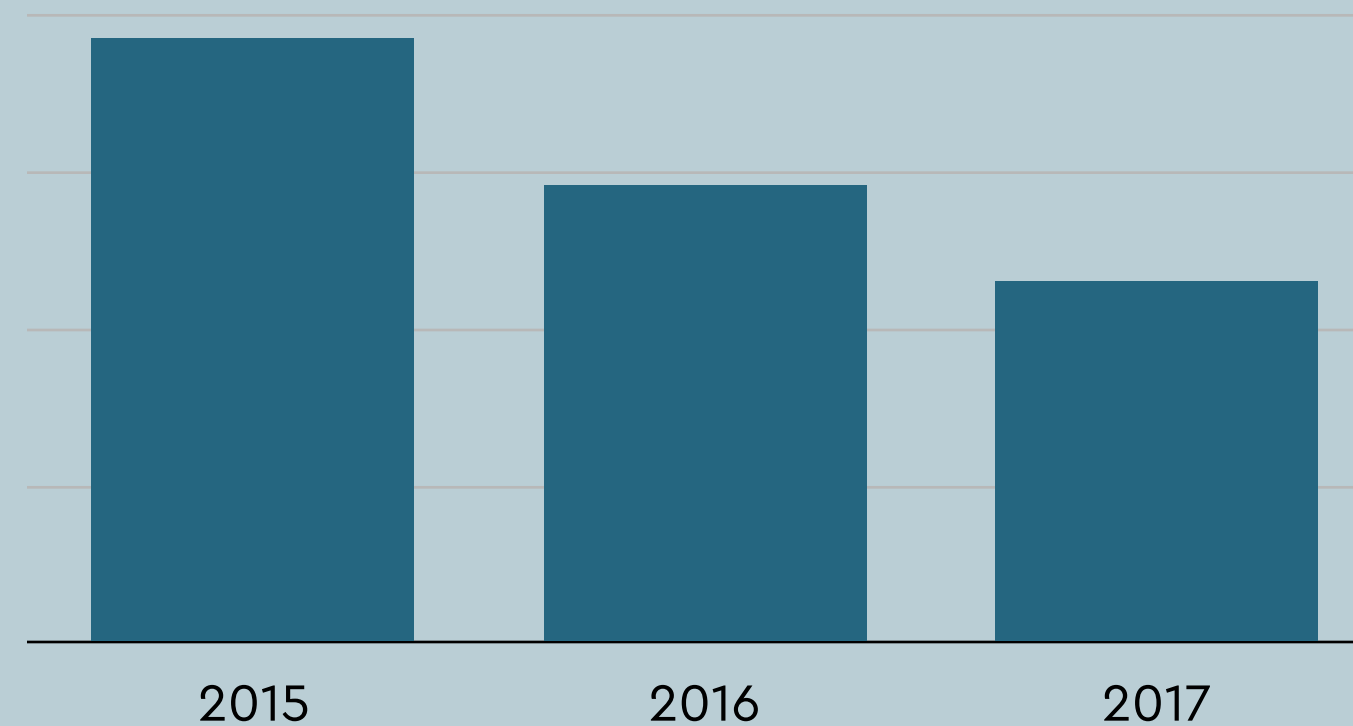
Brunello di Montalcino



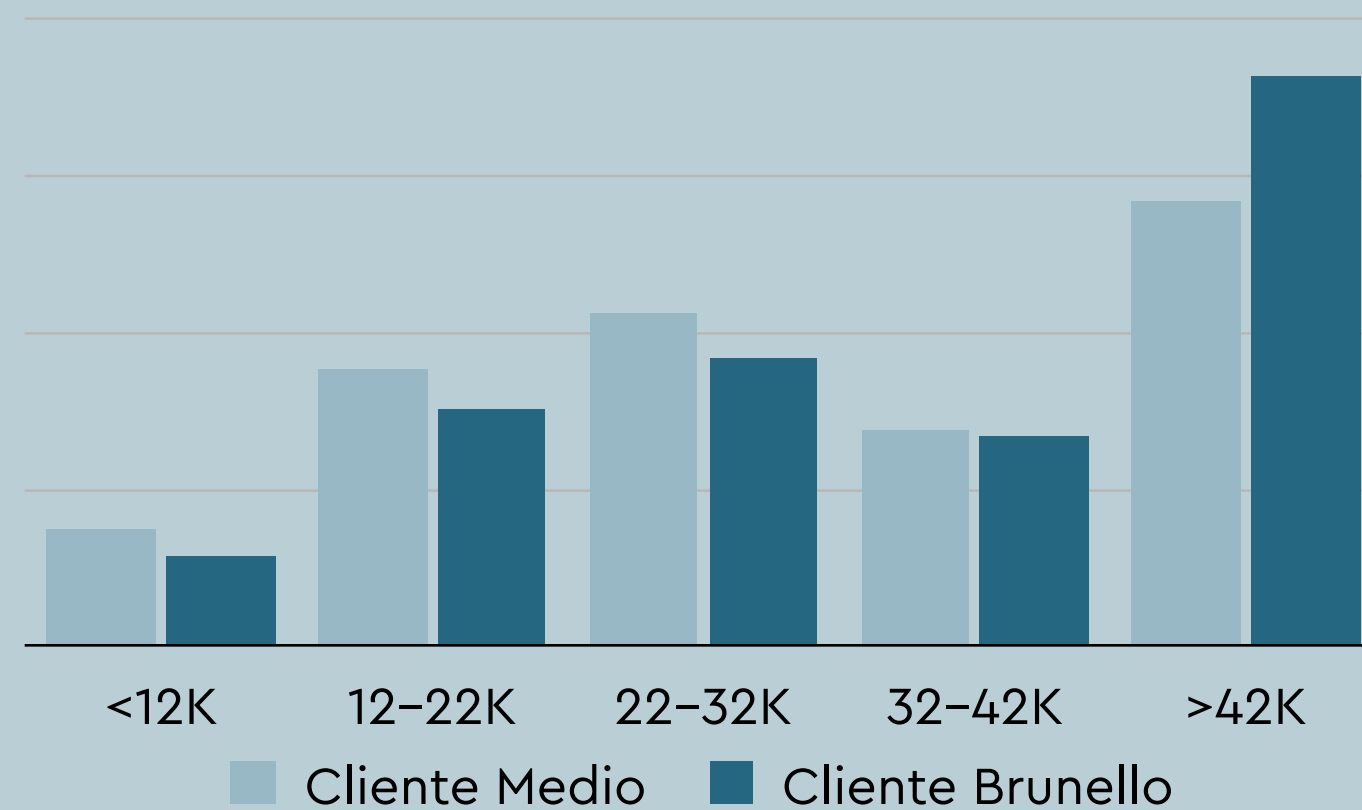
Forte preferenza degli imprenditori Italiani



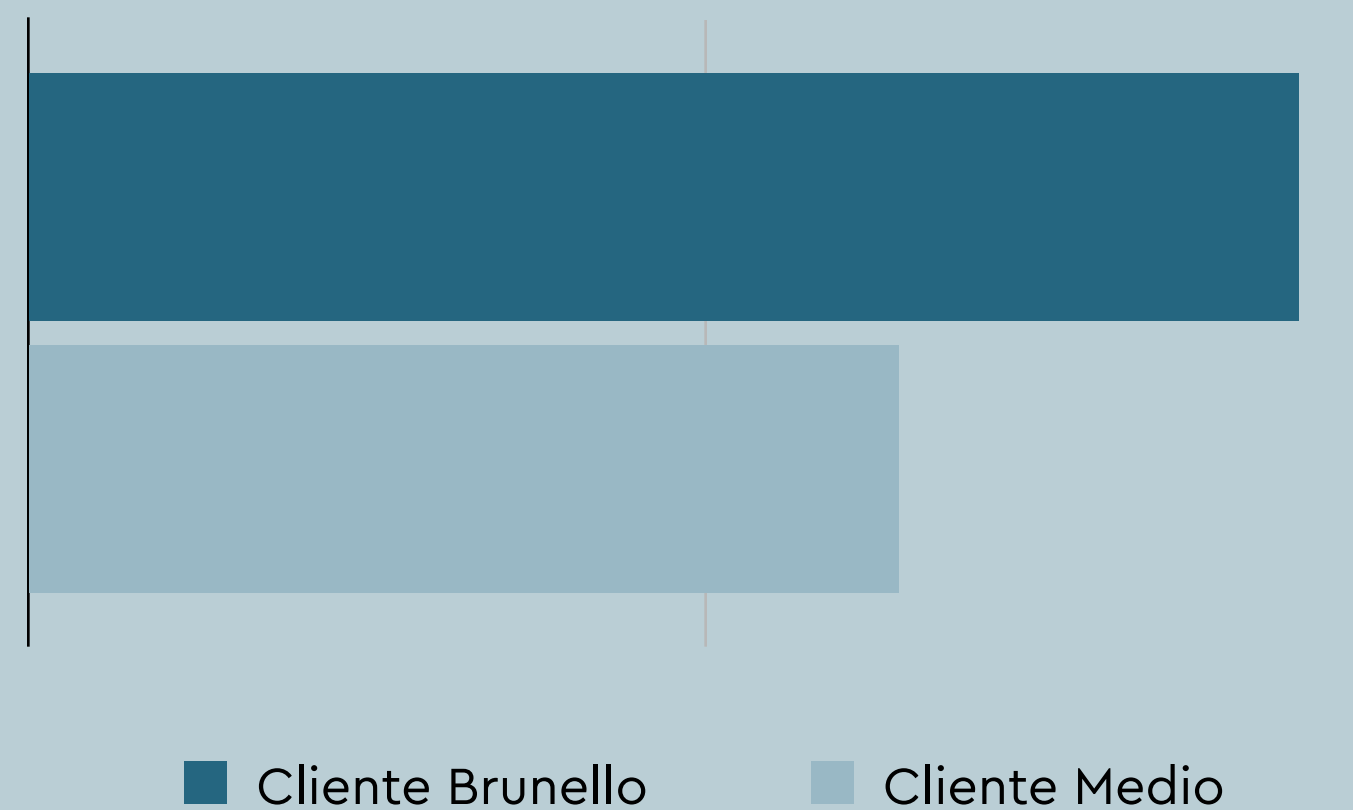
Tendenza % vendite



Confronto reddito



Confronto ordine medio



Il **Brunello di Montalcino** sale sul podio delle scelte dei **millennial e degli imprenditori**. Due fasce alle quali piace rispettivamente mettersi in mostra e spendere senza troppe limitazioni.

Mentre i giovanissimi ne acquistano il **+12%** in confronto al cliente medio, gli imprenditori – con una maggiore capacità di spesa – schizzano al **+56%**.

Fra le fasce di reddito va particolarmente forte fra i benestanti con **reddito superiore ai 42K**, i quali spendono un **+33%** rispetto al cliente medio e fanno ordini medi da **150 euro**.

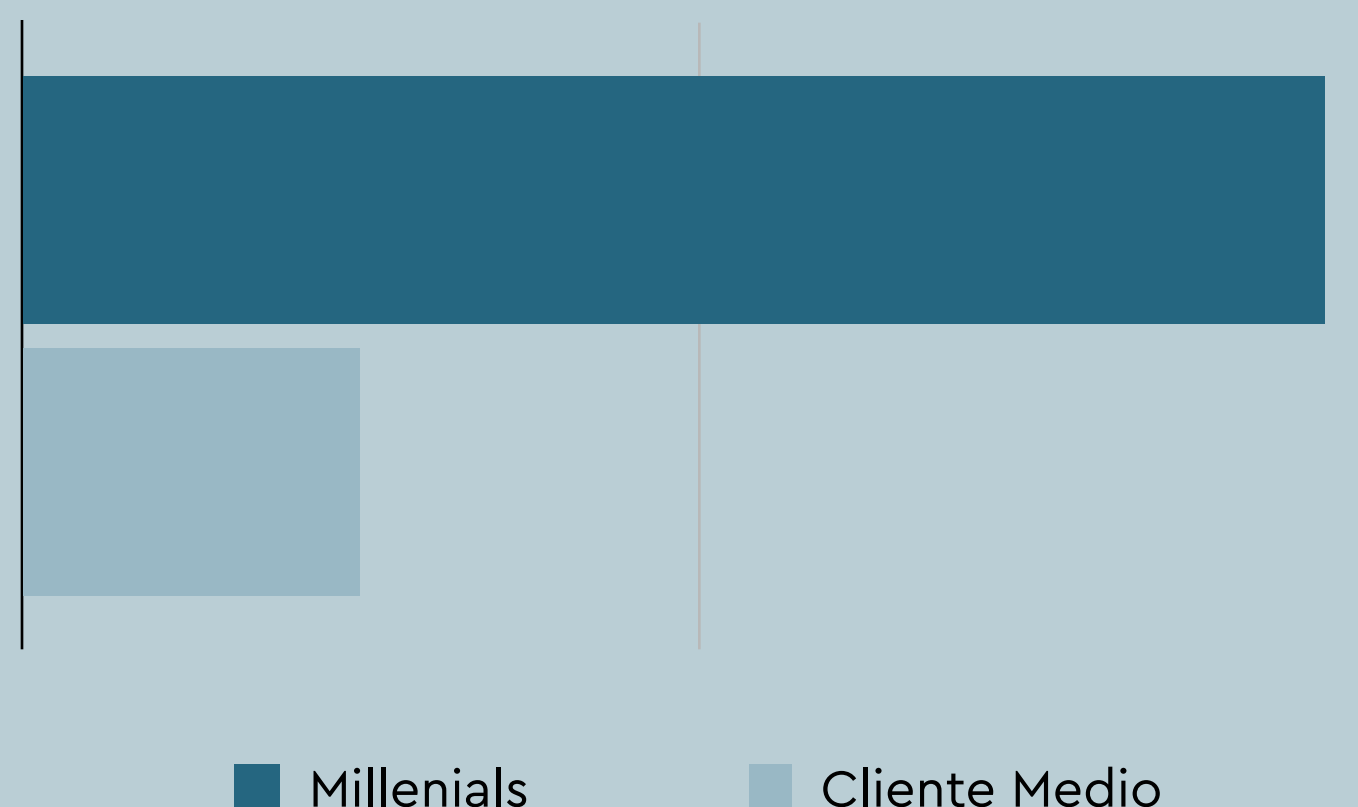
Diversa la vita degli impiegati, più morigerati e meno desiderosi di andare sotto ai riflettori, che infatti preferiscono altri vini e spendono il **-12%** rispetto alla media degli acquirenti di questa denominazione su Tannico.

La percentuale sulle vendite del Brunello è in **discesa** da tre anni.

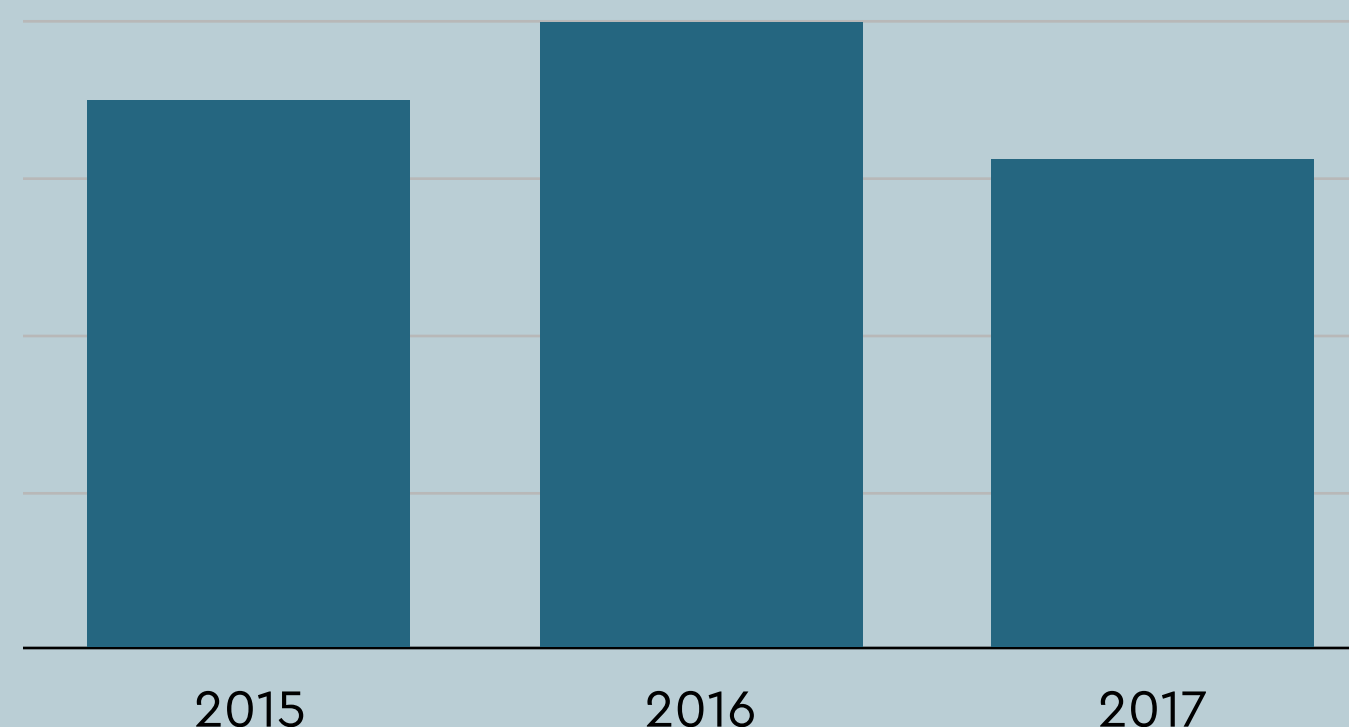
Orange Wine del Friuli Venezia Giulia



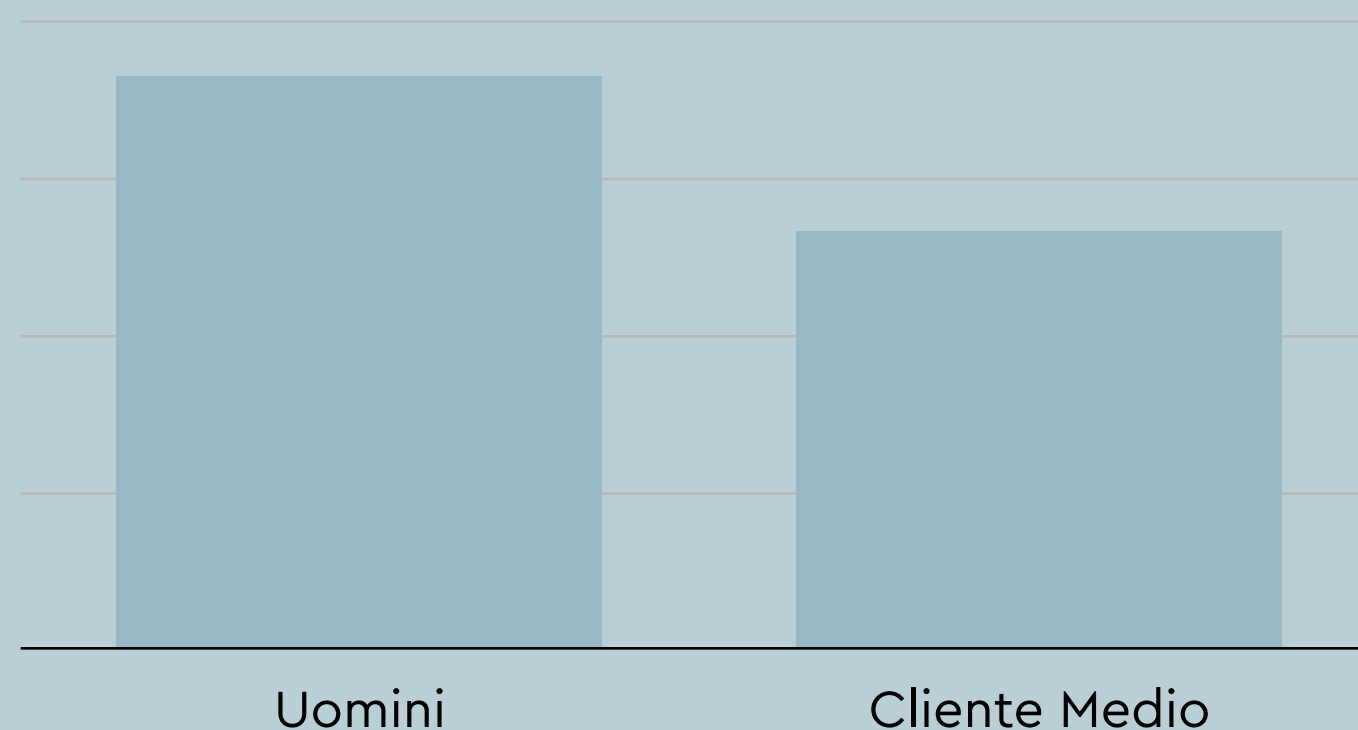
Millenial VS Cliente medio



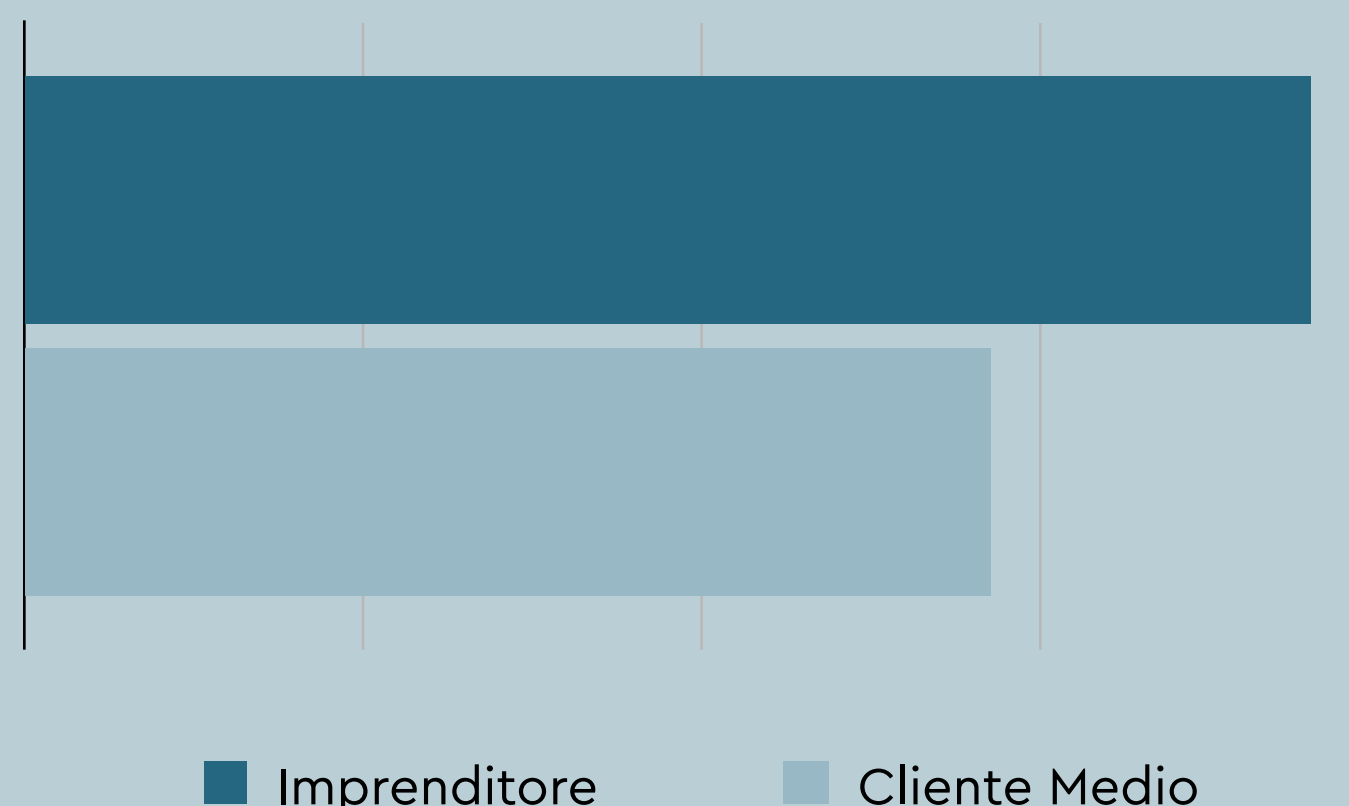
Tendenza % vendite



Confronto tra uomini e cliente medio



Forte preferenza degli imprenditori Italiani



Se escludiamo ogni tipo di bollicina, i vini che si aggiudica la medaglia d'oro per i **millennial** sono senza subbio gli **Orange Wine** del Friuli Venezia Giulia.

I numeri sono impressionanti per quanto riguarda **il consumo nei giovanissimi** che **arriva a un +285%** in confronto a quello del cliente medio di Tannico.

Di nuovo l'accoppiata millennial-**imprenditore** torna attuale.

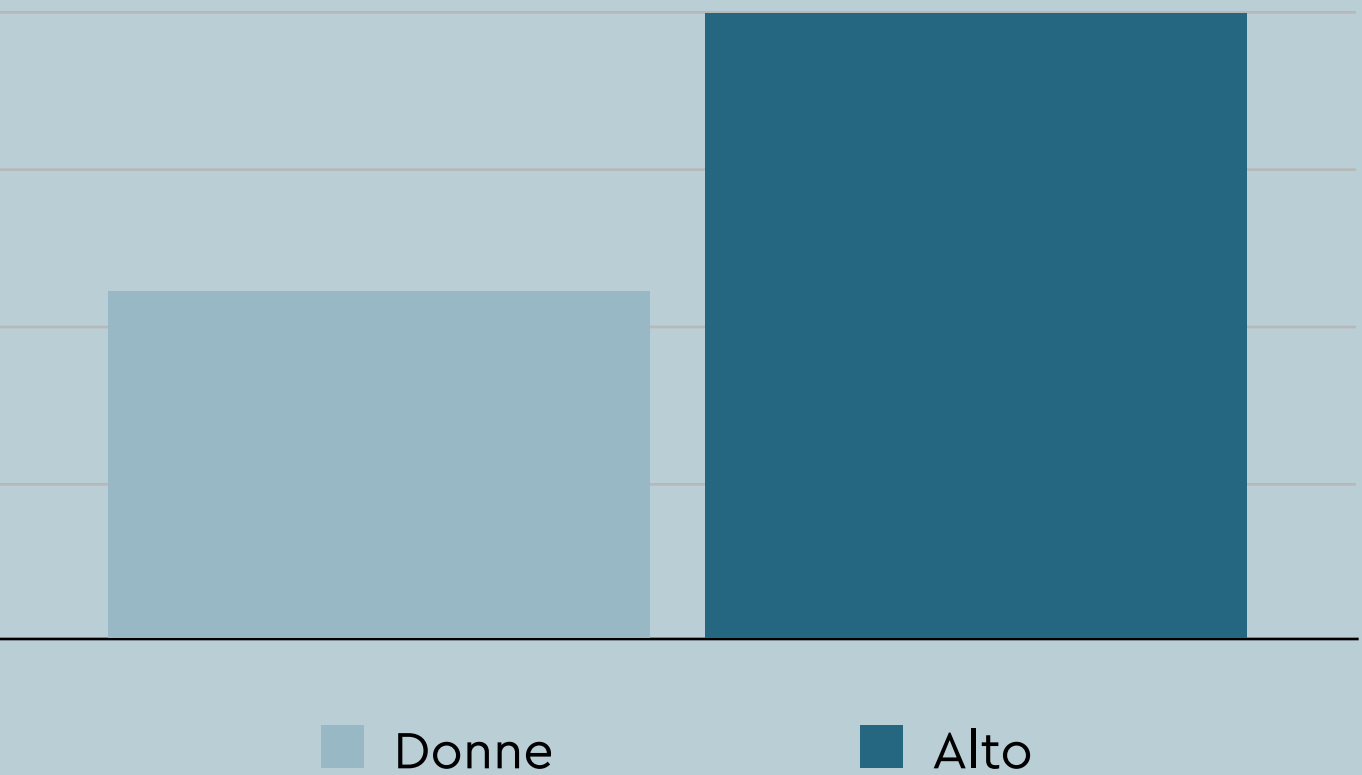
Infatti, secondi sul podio ci sono proprio loro, con un consumo del **+32%** rispetto alla media.

Che siano imprenditori o che siano ragazzi alle prime armi, gli Orange Wine sono prevalentemente apprezzati dagli uomini, che superano le donne nel consumo con un **+37%**.

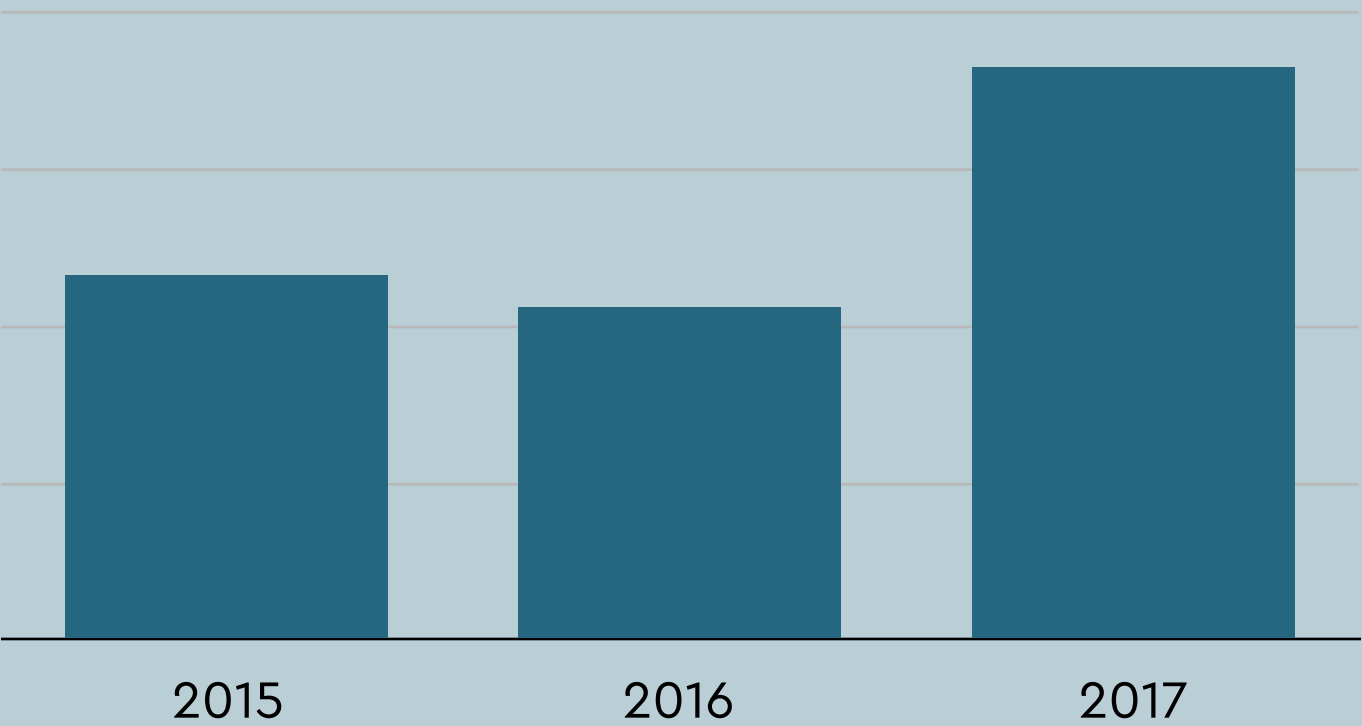
A quanto pare però non abbastanza trend setter da portare in cima le **percentuali di vendita** che al contrario sono **scese del -22% nell'ultimo anno**.



Donne vs Altri



Tendenza % vendite



E' probabile che immaginando il cliente tipo del **Lambrusco** punteremmo tutto sugli uomini di mezza età. Ma prenderemmo una cantonata.

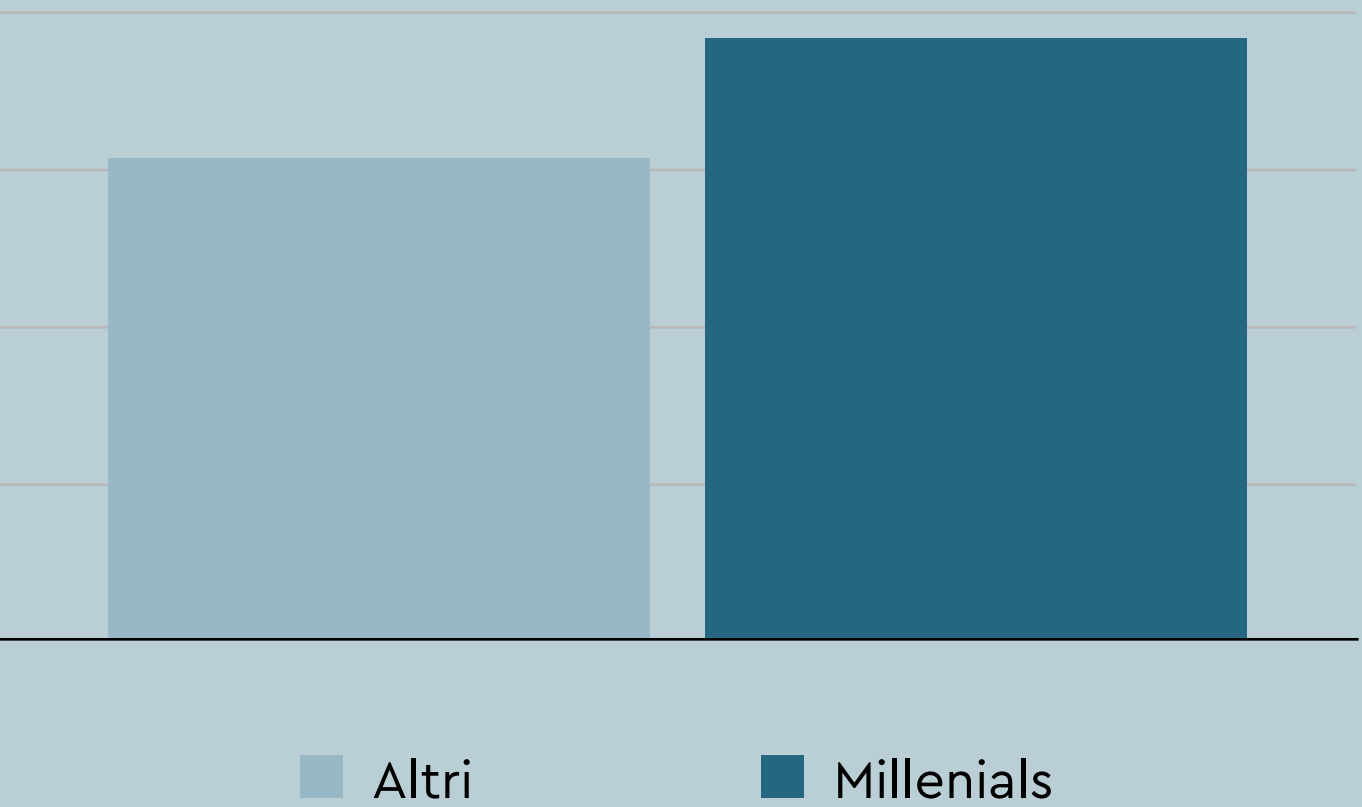
Con grande sorpresa, questo vitigno è tra le prime scelte dei **millennial** che ne consumano il **+25%** rispetto al cliente medio.

Ancora una volta le donne si discostano dalle scelte dei super giovani e controcorrente ne acquistano il **-20%** rispetto agli altri clienti di Tannico.

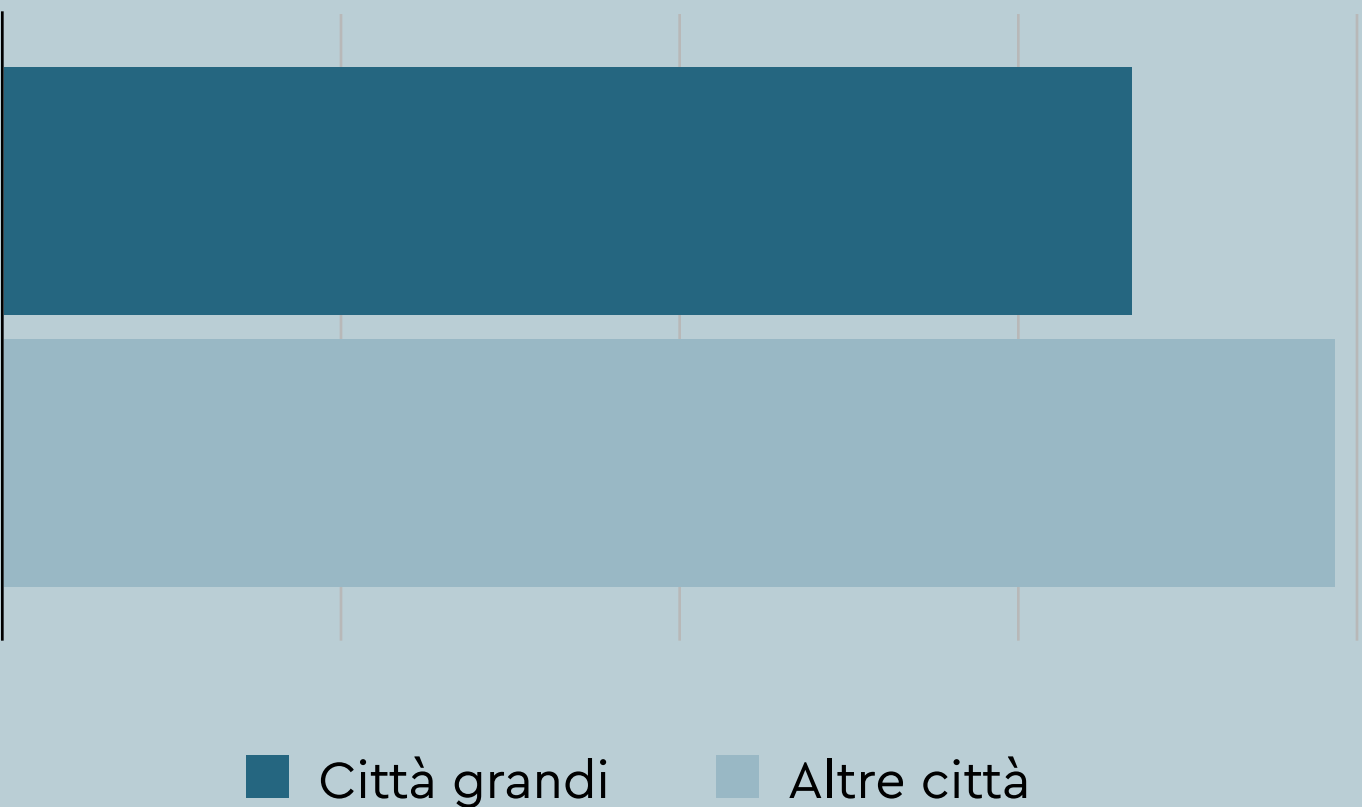
Più popolare nei piccoli centri, le **grandi città** sembrano non amare questa denominazione. I capoluoghi Italiani infatti spendono il **18% in meno** rispetto al cliente medio.

Il Lambrusco però non molla e dal 2015 a oggi ha avuto una crescita esponenziale del **+50%**.

Millennial vs Altri



Confronto tra grandezza città





TANNICO

Tannico è l'enoteca di vini italiani più grande del mondo, con un'offerta di oltre **13.000 etichette** provenienti da più di **2.500 cantine** diverse.

Nel 2017, a soli 4 anni dalla nascita, Tannico ha raggiunto un **fatturato di 11 milioni di Euro**, inviato oltre un milione e mezzo di bottiglie nel mondo, servito più di 85.000 clienti ed è l'azienda italiana del food-tech che ha raccolto maggiori investimenti (**8 milioni di Euro in 5 anni**).

I pilastri sui quali si fonda l'azienda sono: tecnologia, innovazione, passione, visione e soprattutto **coraggio**.

Ad oggi il 40% del suo business viene realizzato via mobile. Tannico è in grado di consegnare le proprie bottiglie in giornata nella città di Milano, in 24 ore in tutta Italia e in due settimane negli Stati Uniti.

