



ISTITUTO STATALE DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE "G.B. Cerletti"

ISTITUTO TECNICO: AGRARIA, AGROALIMENTARE E AGROINDUSTRIA "G.B. Cerletti" Conegliano TVTA00801A

ISTITUTO PROFESSIONALE: SERVIZI PER L'AGRICOLTURA E LO SVILUPPO RURALE "G. Corazzin"

sede di CONEGLIANO TVRA00803L - sede di Piavon di ODERZO TVRA00802G

indirizzo: Via XXVIII Aprile 20 - 31015 Conegliano (TV) Tel. 0438 61421-61524 Fax 0438 450403 - CF 91022540263

e-mail: tvvis00800e@istruzione.it - scuolaenologica@isisscerletti.it - sito web: www.isisscerletticonegliano.gov.it

pec: tvvis00800e@pec.istruzione.it - isisscerletti@pec.isisscerletti.it

codice istituto: TVIS00800E - codice univoco per fatturazione elettronica: UFQM2A

Tesina

Strategie di vendita:

un questionario conoscitivo delle aziende vitivinicole

Prof.ssa

Ornella Santantonio

Alunno: Rasera Mirko

Classe: 5[^] AVE

A. S.: 2015/2016

OBBIETTIVO E METODO DI LAVORO

- L'obiettivo del sondaggio era quello di conoscere le Cantine e i Consumatori e trarre delle conclusioni su essi
- L'organizzazione del lavoro, la raccolta del materiale e la rielaborazione dei dati sono stati svolti assieme al mio compagno di classe, Francesco Cesaro; raccolte tutte le informazioni necessarie ci siamo divisi il lavoro, lui ha elaborato e commentato il questionario dei Consumatori, io, invece, quello delle Cantine
- L'idea della ricerca è nata in un'ora di lezione di enologia, durante una discussione sul *packaging* sostenibile
- Il lavoro è basato su due questionari i quali sono stati diffusi tramite email, *Whatsapp* e SMS.

Questionario Cantine

ISTITUTO STATALE DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE "G.B. Cerletti"
Conegliano, A.S. 2015/2016

Nome cantina Area di produzione.....

Tipologia di prodotto..... HL prodotti all'anno.....

Materiali usati nella vendita:

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> bottiglia di vetro | <input type="checkbox"/> bag in box |
| <input type="checkbox"/> vino sfuso (contenitore)..... | <input type="checkbox"/> altro..... |

Capienza bottiglie:

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0,375 L | <input type="checkbox"/> 0,75 L |
| <input type="checkbox"/> 1,5 L | <input type="checkbox"/> altro..... |

Il questionario rivolto alle Cantine, schematico e rapido, chiedeva:

- Nome della Cantina e area di produzione dell'azienda
- tipologia di vino prodotto principalmente
- hl annui prodotti
- tipologia di materiale utilizzato per la vendita
- tipologia e volumi di bottiglie utilizzate

Questionario Cantine

- percentuali di vendita in base al tipo di trasporto
- percentuali di vendita in base alla destinazione.

Materiale e peso bottiglia usata:

vetro (.....Kg) (.....Kg)

PET (.....Kg) (.....Kg)

Modalità di trasporto/ spedizione (percentuale)

aereo nave corriere espresso

vendita diretta cisterna altro trasporto su ruote

Area i vendita (percentuale)

America Africa Asia

Oceania..... Europa Italia

FIG. 2

Questionario Consumatori

Questo, maggiormente a risposte multiple, riguardava:

- sesso
- età
- tipologia di vino
- preferenza d'acquisto in base al contenitore
- acquisto di un vino in:

lattina

bicchieri monodose da 0,187 l (PET)

bottiglia monodose da 0,187 l (PET)

bag in box

ISTITUTO STATALE DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE "G.B. Cerletti"
Conegliano, A.S. 2015/2016

Età Sesso: M F

Vino preferito:

<input type="checkbox"/> Rosso	<input type="checkbox"/> Bianco
<input type="checkbox"/> Rosè	<input type="checkbox"/> Spumante

Preferenza d'acquisto vino in

<input type="checkbox"/> bottiglia di vetro	<input type="checkbox"/> bag in box
<input type="checkbox"/> sfuso (contenitore)	<input type="checkbox"/> altro

Comprerebbe un vino:

• in lattina?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
• in bicchiere monodose (0,187 L)?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
• in bottiglia di plastica monodose (0,187 L)?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
• in bag in box?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO

FIG. 3

Questionario Consumatori

- preferenza di acquisto in base all'etichetta
- costo medio di una bottiglia per consumo giornaliero
- costo medio di una bottiglia per occasioni speciali
- luogo di acquisto
- chi acquista il vino in famiglia.

Quale di questi vini comprerebbe?



Quanto deve costare una bottiglia di vino da 0,75 L per CONSUMO GIORNALIERO?

meno di 2 € tra 2 e 5 € tra 5 e 10 € più di 10 €

Quanto deve costare una bottiglia di vino da 0,75 L per OCCASIONI SPECIALI?

meno di 2 € tra 2 e 5 € tra 5 e 10 € più di 10 €

Dove acquista il vino?

enoteca cantina produttrice

online supermercato

Chi acquista il vino in famiglia?

FIG.4

I questionari sono stati convertiti in digitale per rapidità e facilità di diffusione grazie ad un programma, *Google Drive*, che elaborava automaticamente le risposte in formato *Excel*.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Informazioni cronologic	Cantina	cantina in esame	Area di produzione	DOC o DOCG prodotta	HL prodotti all'anno	Materiali usati nella ver	Capienza bottiglie	Tipologia di bottigli
14	3/19/2016 23.33.20	GIASIRA		SICILIA	IGT TERRE SICILIANE	250	bottiglia di vetro	0,750 L	bordolese
15	3/21/2016 8.36.06	Bessich		Friuli Venezia Giulia - Por	Friuli DOC Grave	2150	bottiglia di vetro, bag in bc	0,750 L	bordolese
16	3/21/2016 9.36.41	DE LISIO		GUGLIONESI (CB) molise	FALNGHINA DOC BIO, A	1500	bottiglia di vetro, bottiglia	0,750 L	
17	3/21/2016 15.42.04	Az. Agr. Ca' Lustra		Colli Euganei (PD)	DOC: Colli Euganei Bianco	1400	bottiglia di vetro, bag in bc	0,750 L, 1,5 L	bordolese, borgogn
18	3/21/2016 16.20.17	CEUSO		SICILIA	IGP	750	bottiglia di vetro	0,750 L	bordolese
19	3/21/2016 17.29.59	ca'del bosco		franciacorta	franciacorta	10000	bottiglia di vetro	0,375 L, 0,750 L, 1,5 L, 6	champagnotta
20	3/21/2016 17.33.07	elisabetta abrami		franciacorta	franciacorta	1000	bottiglia di vetro	0,750 L, 1,5 L, 3 e 6	champagnotta
21	3/21/2016 17.35.07	bortolomiol		valdobbiadene	valdobbiadene docg	20000	bottiglia di vetro	0,375 L, 0,750 L, 1,5 L, 3	champagnotta
22	3/21/2016 17.37.02	zanotti		valpolicella	amarone	200	bottiglia di vetro	0,750 L	bordolese
23	3/21/2016 17.38.55	scriani		valpolicella	amarone	900	bottiglia di vetro	0,750 L	bordolese
24	3/21/2016 17.41.06	pianbello		asti	moscato d'asti	2000	bottiglia di vetro, bag in bc	0,375 L, 0,750 L	champagnotta, bor
25	3/21/2016 17.43.50	contratto		asti	asti spumante	1500	bottiglia di vetro	0,750 L, 1,5 L	champagnotta
26	3/21/2016 17.46.53	viberti		langhe	barolo	1000	bottiglia di vetro	0,750 L	albesia
27	3/21/2016 17.49.15	terre del barolo		langhe	barolo	80000	bottiglia di vetro, bag in bc	0,375 L, 0,750 L, 1,5 L	champagnotta, bor
28	3/21/2016 17.53.43	agricola marrone		langhe	barolo	600	bottiglia di vetro	0,750 L, 1,5 L	borgognona, albesi
29	3/21/2016 17.56.13	ceretto		langhe	barolo	9000	bottiglia di vetro	0,750 L, 1,5 L, 3 e 5	borgognona, albesi
30	3/21/2016 17.58.32	adriano		langhe	barbaresco	1500	bottiglia di vetro	0,750 L, 1,5 L, 3	borgognona, albesi
31	3/21/2016 18.40.07	Vitivinicola Enrico Dario s.s.		Liguria	Riviera Ligure di Ponente	300	bottiglia di vetro	0,375 L, 0,750 L, 1,5 L	champagnotta, bor
32	3/21/2016 18.58.58	boscaini carlo		valpolicella	valpolicella	1000	bottiglia di vetro	0,750 L	champagnotta, bor
33	3/21/2016 21.11.31	AZ. AGR. BRANCHER SOCIETA' AGIROCLA S.S.		VALDOBBIADENE	PROSECCO DOC E DOC	2800	bottiglia di vetro, vino sfus	0,750 L, 1,5 L	CHAMPAGNOTTA
34	3/22/2016 6.25.41	Azienda Agricola La Corona		lombardia	Moscato di Scanzo Docg	40	bottiglia di vetro		0,5 futura
35	3/22/2016 7.22.44	colati casti		Apennin	Castagna del Diavolo DOC	200	bottiglia di vetro	0,750 L, 1,5 L	bordolese

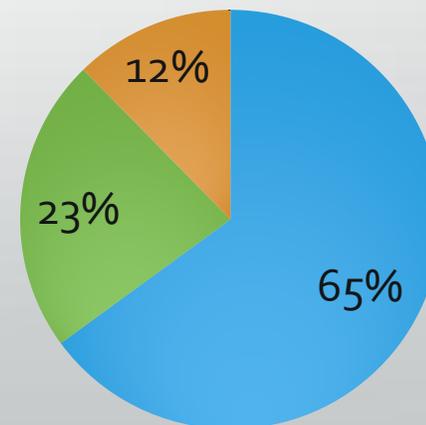
FIG. 5

Capacità delle Cantine

- Suddivisione delle aziende vitivinicole in base al numero di ettolitri di vino annui prodotti
- Tre categorie: sotto i 2000 hl
tra i 2000 hl e i 10000 hl
sopra i 10000 hl
- Maggioranza delle «piccole» Cantine → problema nazionale.

GRAF. 2

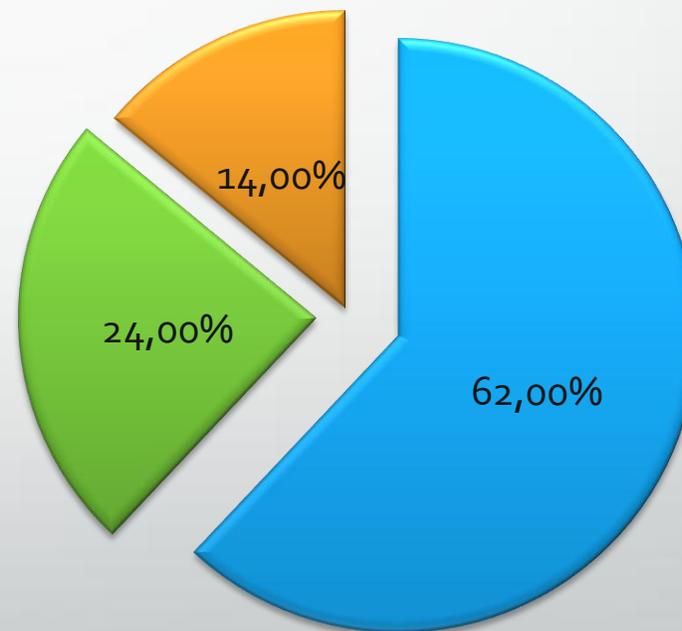
SUDDIVISIONE DELLE CANTINE IN BASE AL NUMERO DI hl



■ fino a 2000 hl ■ da 2000 hl a 10000 hl ■ sopra i 10000 hl

Abbiamo comparato il grafico da noi elaborato con un grafico proposto dal sito Quattroclici.it. Questo ci ha dato la possibilità di poter confrontare i nostri dati con dati nazionali, sicuramente più precisi. Come si nota dal grafico 3 i valori si avvicinano di molto.

Le cantine italiane suddivise in base alla produzione annua



■ sotto i 2000 hl ■ tra 2000 e 10000 hl ■ sopra i 10000 hl

GRAF. 3

Tipologia di contenitori

- Bottiglia di vetro:

Una bottiglia è un contenitore di capacità variabile. Le bottiglie per il vino si trovano in diverse forme e dimensioni. Le più note sono le seguenti: Renana, Champagnotta, Bordolese, Borgognona, Albeisa.



- Bag in box:

Tradotto letteralmente sacca nella scatola. È un contenitore composto da un sacchetto di materiali plastici dentro una scatola di cartone. Utilizzato per il vino con tappo a dispenser, può contenere anche altri liquidi più o meno densi. Questo tipo di combinazione (sacca flessibile più scatola in materiale rigido, tipicamente cartone) risponde a diverse esigenze: praticità e sicurezza di confezionamento, conservazione, trasporto, comunicazione, utilizzo.

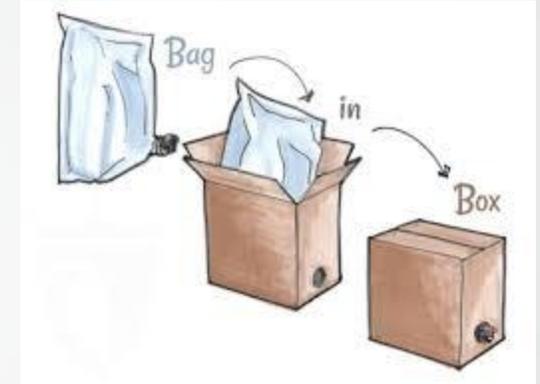


FIG. 6

FIG. 7

Tipologia di contenitori

- Sfuso:

Vino, commercializzato in damigiane di varie dimensioni o in taniche. Questa tipologia generalmente viene impiegata per la vendita diretta e per i vini «tranquilli».



FIG. 8

- Fusto:

Contenitore cilindrico, in genere costruito in alluminio o acciaio. È usato per conservare, trasportare e spillare varie bevande (sia gasate che non), solitamente tenute sotto pressione. Nei paesi europei, dove viene usato il sistema metrico decimale, ci sono dei fusti standard da 30 o 50 l.



FIG. 9

Tipologia di contenitori

- PET:

Questa sigla indica il polietilene tereftalato, di cui è composto il PET. Fa parte della famiglia dei poliesteri, è una resina termoplastica adatta al contatto alimentare. Il brevetto delle bottiglie in PET risale al 1973. Questo materiale può essere riciclato, per la produzione di altri oggetti oppure, nel caso di specifici trattamenti, riutilizzato per nuovi contenitori alimentari.



FIG. 11



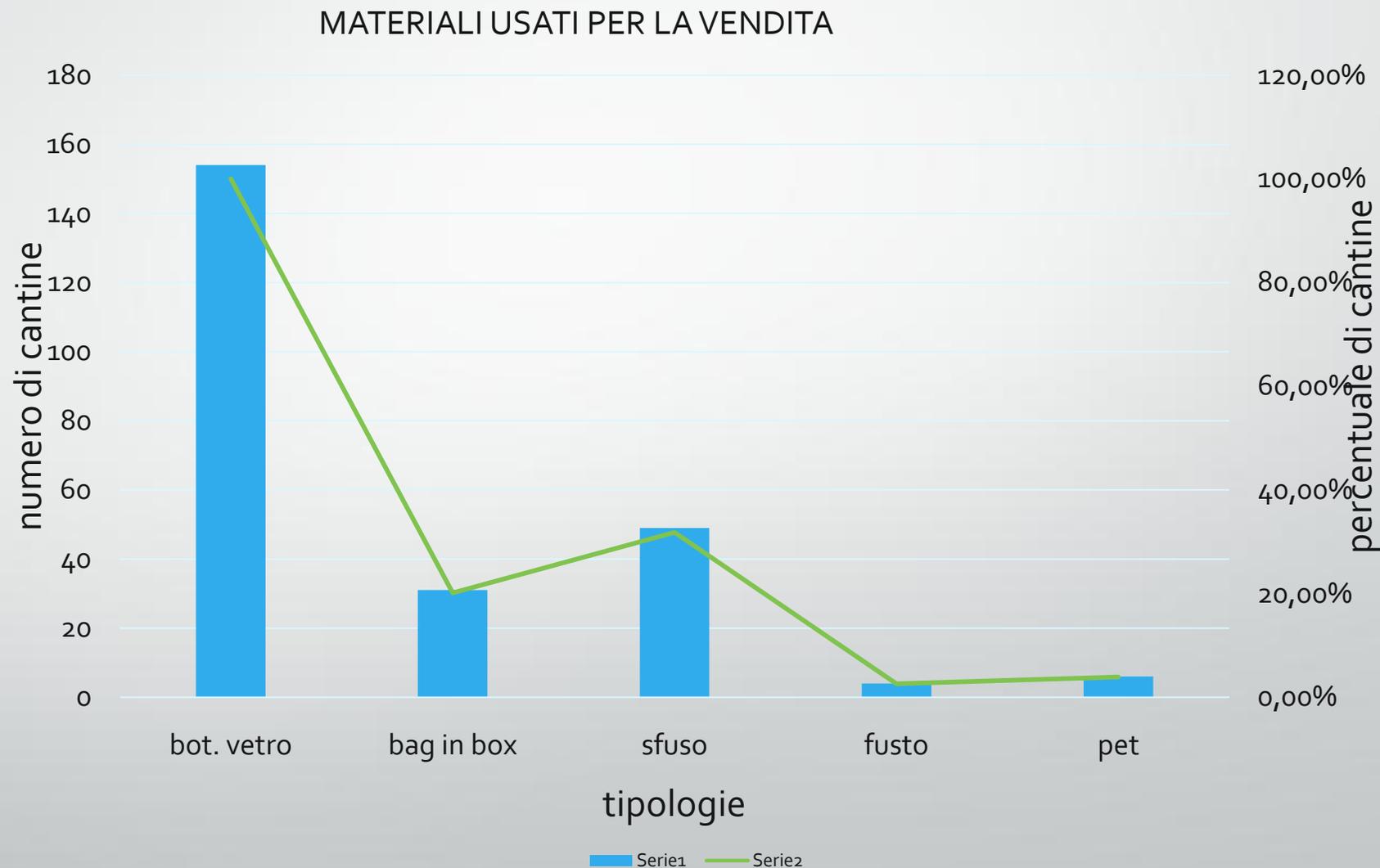
FIG. 12



FIG. 13

Tipologia di contenitori

- 100% impegno di bottiglie di vetro
- Incremento del Bag in box negli ultimi anni
- Fusto e PET poco usati, ma dovrebbero essere incentivati visti i minori costi e le minori risorse necessarie
- Utilizzo del PET per vini da tavola (30% della produzione totale italiana).

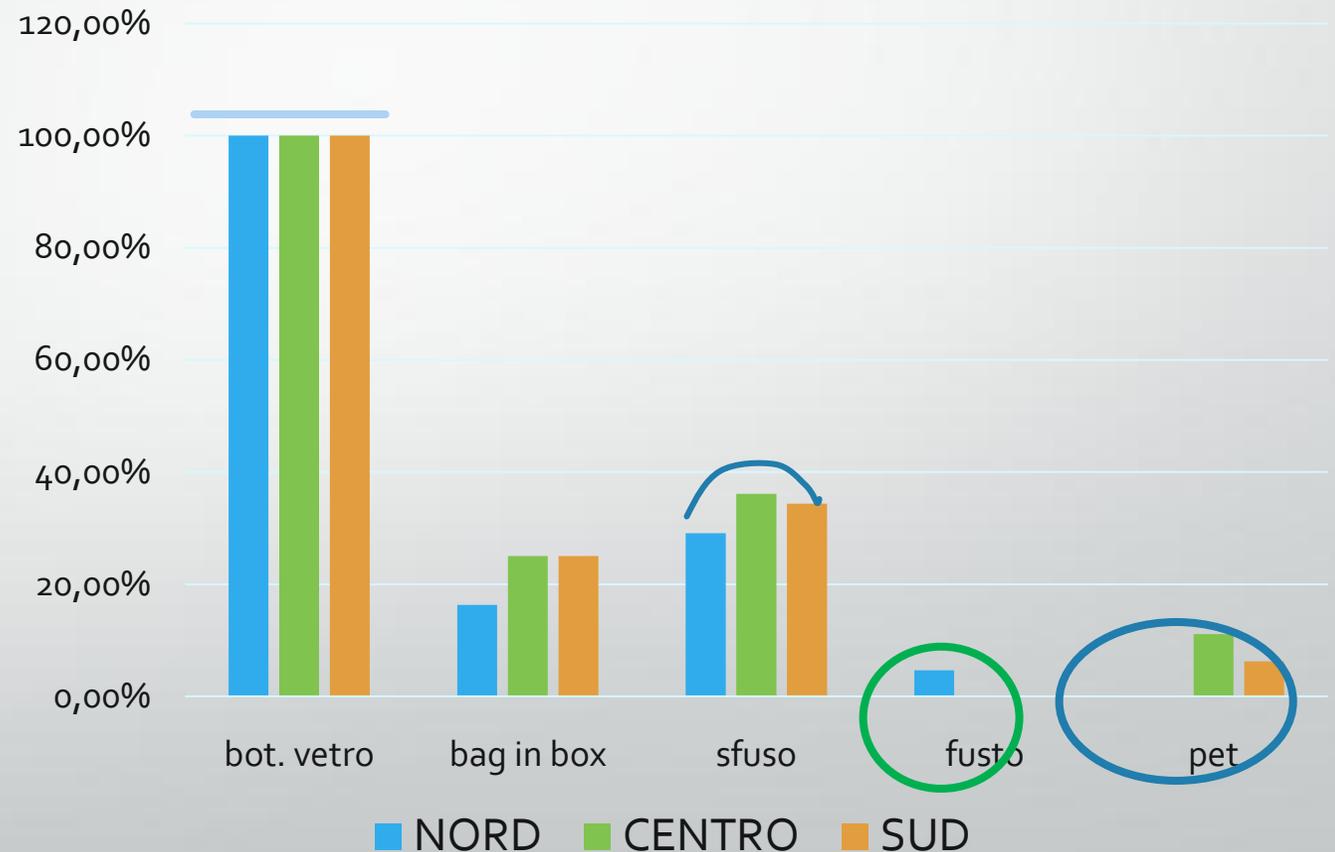


GRAF. 4

Distribuzione geografica dei diversi tipi di contenitori

- Bottiglia di vetro usata in egual misura in tutt'Italia: 100%
- Bag in box, al Nord poco usato causa tipologia di vini, spumanti/frizzanti e preferenze del Consumatore che richiede il vetro. Centro e Sud modeste percentuali sia grazie alle tipologie di vini sia grazie alle abitudini dei Paesi che acquistano
- Sfuso, mediamente molto simili i valori
- Il fusto è impiegato solo al Nord a causa della maggior produzione di spumanti/frizzanti che richiedono recipienti pressurizzati
- Nel nostro campione di Cantine, al Nord nessuna utilizza il PET, mentre Centro e Sud in buoni valori sia a causa dei vini «tranquilli», sia per i loro Consumatori, molto spesso del Nord/Centro Europa che utilizzano spesso il PET (sia bottiglia sia bicchiere).

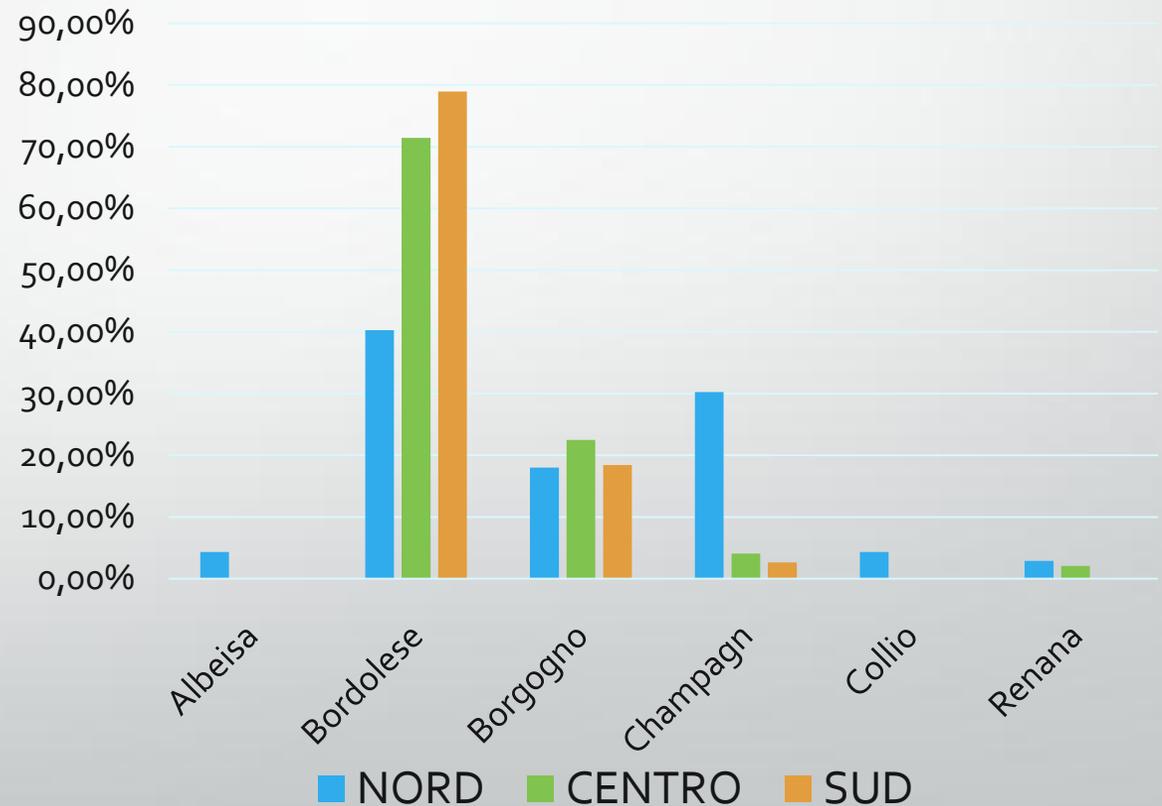
SUDDIVISIONE DEI TIPI DI CONTENITORI IN BASE ALLE AREE GEOGRAFICHE



Tipologia di bottiglia

- La tipologia «Bordolese» è usata principalmente al Sud (circa 80%), 70% al Centro, 40% al Nord. Questi valori rispecchiano la tipologia di vino prodotta nelle tre diverse zone
- La «Borgognona», invece, è usata in tutt'Italia con percentuali simili, per vini «tranquilli», sia Bianchi sia Rossi
- Il picco della «Champagnotta» conferma la maggior produzione di spumanti/frizzanti al Nord
- Le tipologia «Renana» è molto limitata, soprattutto per bianchi ben strutturati
- Albeisa e Collio stanno ad indicare la vasta gamma di bottiglie che ogni Consorzio personalizza per identificarsi.

TIPOLOGIA DI BOTTIGLIE USATE



Tipologia di bottiglia



- Albeisa, il nome deriva da Alba, tipica delle Langhe, impiegata per il Barolo



- Bordolese, tipica della zona di Bordeaux, per vini rossi

- Renana, utilizzata nel centro e nord Europa



- Borgognotta o Borgognona, originaria della Borgogna, utilizzata per Rossi e Bianchi «tranquilli»



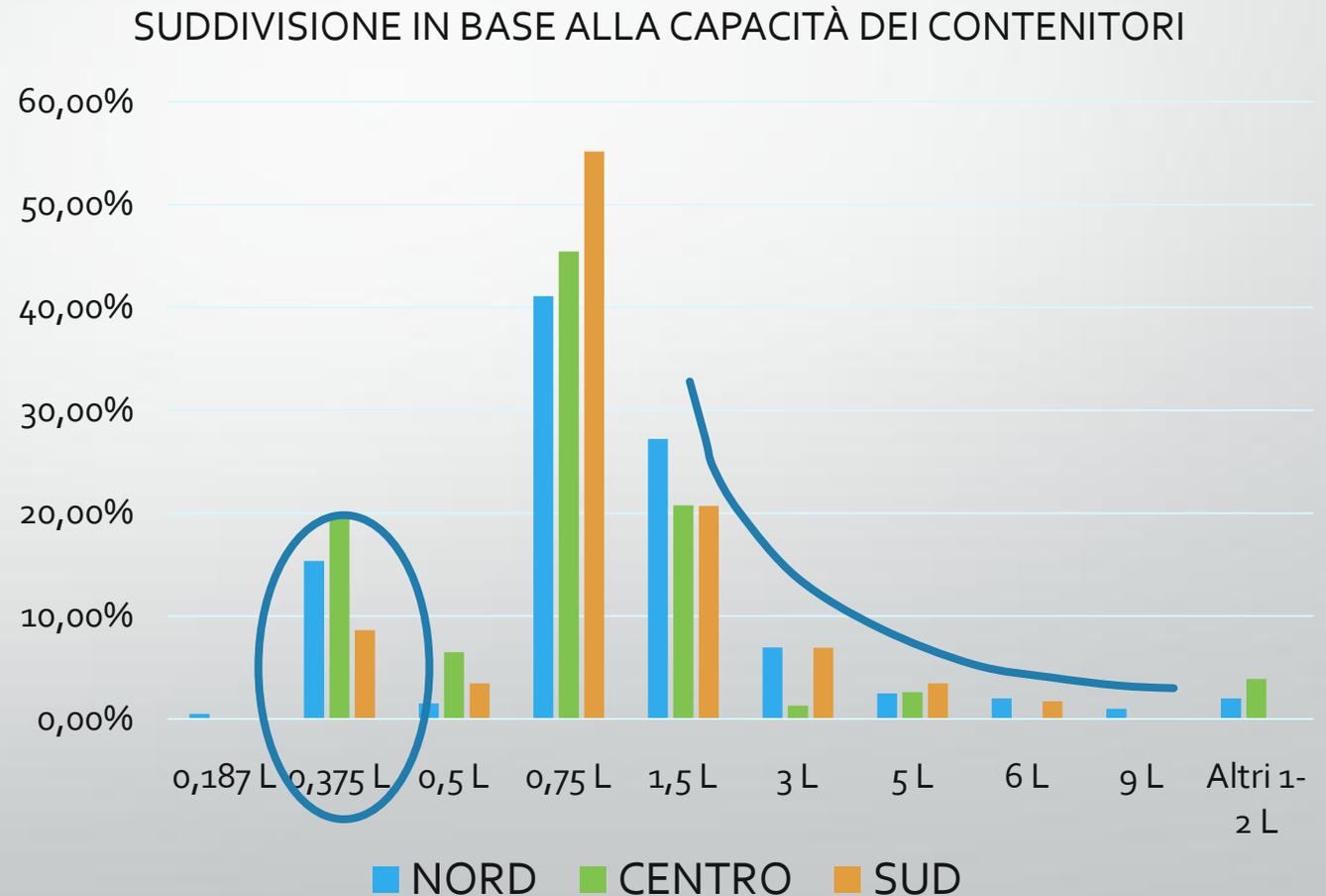
Tipologia di bottiglia



- Champagnotta, utilizzata esclusivamente per vini frizzanti e spumanti.

Capacità delle bottiglie e dei contenitori

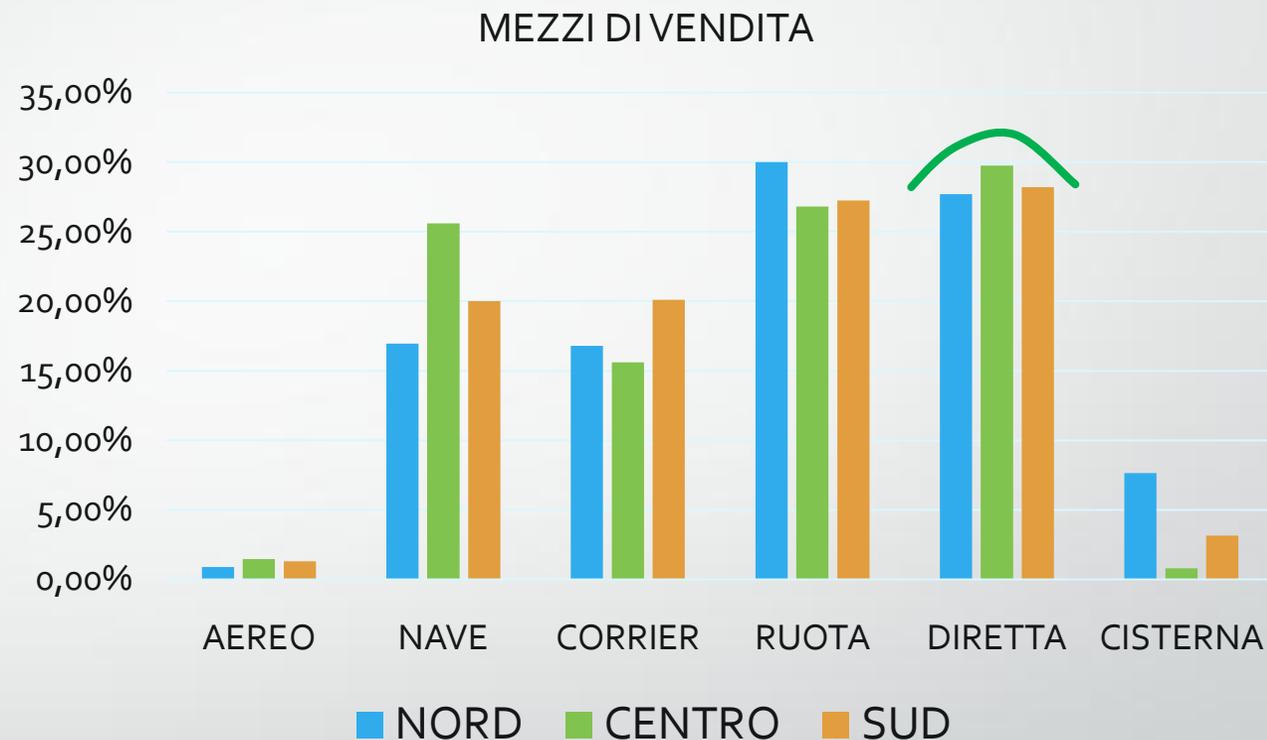
- Il formato 0,75 l è usato in gran quantità in tutta Italia
- Valori rilevanti si hanno anche sul formato 0,375 l, grazie alla facilità di trasporto, ai costi minori di acquisto e alla possibilità di nuovi mercati
- I formati definiti «speciali» (da 1,5 l a 9 l), come si osserva nel grafico 7 dalla curva blu, con l'aumentare del volume, le quantità vanno a diminuire
- Il formato 0,187 l, sia bottiglietta sia bicchiere, non è ancora utilizzato dalle Cantine, perché spesso è associato a un prodotto di scarsa qualità.



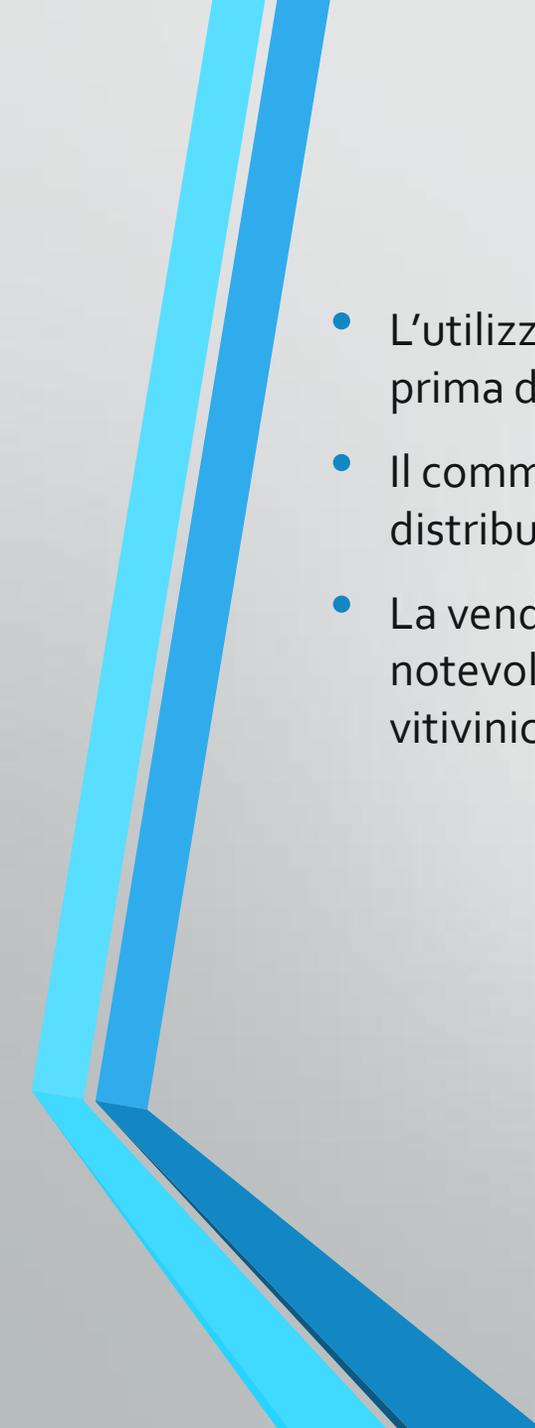
Diversi mezzi di spedizione a confronto

Il mezzo di vendita è condizionato dalla destinazione del prodotto

- L'aereo, è poco utilizzato, a causa dei costi e delle restrizioni legislative su carichi
- Il commercio su nave è evidente per quanto riguarda il Centro, collegato alle vendite in America, rappresentate dal grafico 8.
- Il corriere è usato in tutta la penisola, per il commercio interno



GRAF. 10

- 
- L'utilizzo della cisterna, quindi vino sfuso, è importante al Nord, dove viene acquistata la materia prima dal Centro e Sud Italia
 - Il commercio su ruota è molto usato sia per spostamenti di merce (magazzino/porto), sia per la distribuzione in tutta Europa
 - La vendita diretta è comunque il metodo di vendita più utilizzato nel nostro Paese a causa dei notevoli vantaggi che porta: enoturismo, poter raccontare il prodotto, far visitare l'azienda vitivinicola, spuntare un prezzo più alto rispetto GDO.

Analisi dei risultati

Terminato il nostro lavoro abbiamo potuto trarre delle conclusioni riassuntive di entrambi i questionari.

Conclusioni questionario Cantine:

- Problema delle piccole aziende e bisogno di programmi di vendita per il futuro
- I «nuovi» contenitori non sono ancora ben visti dalle Cantine, ma si avverte la necessità di cambiamento a livello di sostenibilità sia in Cantina sia in vigneto
- Graduale aumento delle diverse capacità rispetto il classico formato 0,75 l, ma comunque il monodose ancora non è impiegato, anche se potrebbe favorire nuovi mercati (mezzi di trasporto a lunga percorrenza) e limitare i costi di trasporto
- L'estero è essenziale per le Cantine, ma la maggioranza del vino viene distribuita in Italia, questo sia grazie alla cultura del vino di noi italiani sia alla GDO e all'Horeca che si affidano ai prodotti di alta qualità
- La vendita diretta è il metodo più impiegato per commercializzare il vino, e quindi gli imprenditori devono investire per incentivare questo tipo di mercato, tenendo conto anche degli altri settori agro-alimentari legati al mondo del vino (agriturismi, B&B, manifestazioni, mostre).

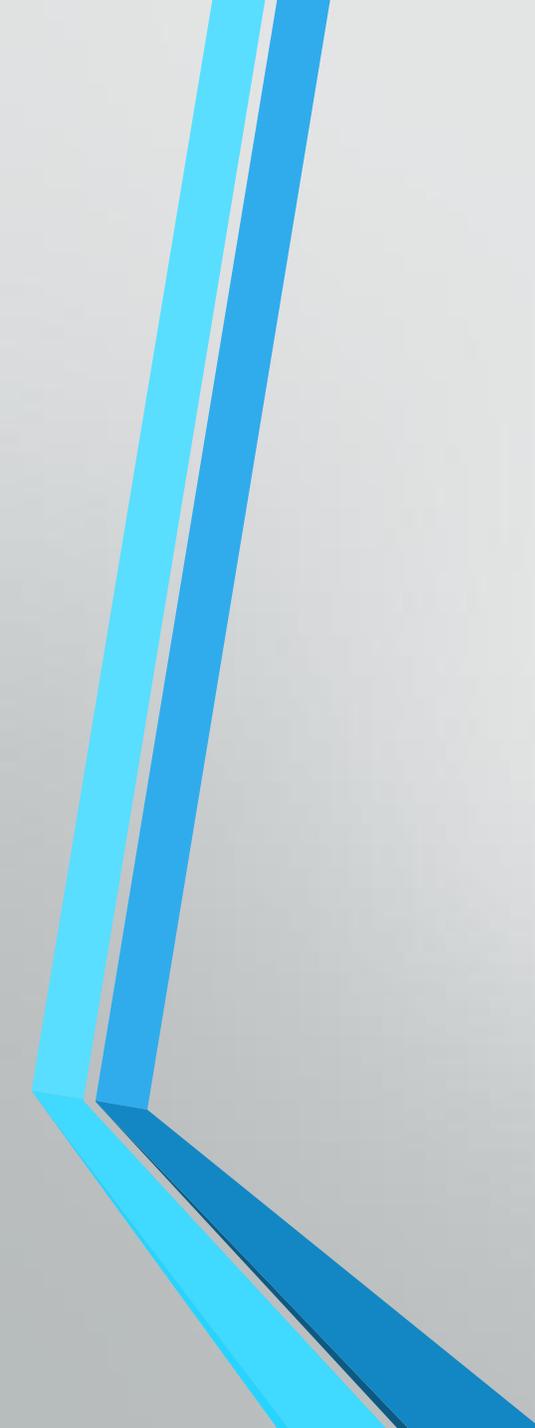
Conclusioni del questionario Consumatori:

- Si hanno notevoli differenze in base alle fasce d'età e al sesso, ad esempio il vino rosato è preferito maggiormente dalle donne sotto i 40 anni, lo spumante ha preferenze simili nei due sessi ma subisce un declino con l'età
- **Riguardo i contenitori voluti dai consumatori, c'è un'apertura al bag in box, ma in generale si hanno pareri molto discordanti. Le donne invece preferiscono il bicchiere monodose rispetto al bag in box. La lattina è invece disprezzata dalla maggior parte del campione di Consumatori preso in esame**
- Le idee invece sono chiare sul tipo di etichetta, infatti la maggior parte preferisce etichette semplici ma eleganti. L'etichetta colorata è preferita sopra i 60 anni
- Dato fondamentale, da associare alla tipologia di recipiente, è il prezzo medio per una bottiglia di vino. La maggioranza, per consumo quotidiano, spende dai 2 ai 5 €, mentre per occasioni speciali i Consumatori sono disposti a spendere fino a 10 €
- **Dato a conferma dei risultati del questionario Cantine è riguardo al luogo di acquisto. La maggioranza infatti acquista il vino direttamente nella cantina produttrice**
- L'acquisto *online* invece è ancora poco diffuso, a causa della poca fiducia sugli acquisti e pagamenti via internet e sulle condizioni di trasporto.

Conclusioni

Abbiamo quindi compreso che l'imprenditore vitivinicolo conosce il Consumatore, non utilizzando lattina, bag in box e PET perché non voluti dal mercato; dovrà essere proprio la cantina a sensibilizzare i Consumatori e indirizzarli verso moderni contenitori per riuscire a diminuire i consumi legati alla produzione e al trasporto. Ci siamo resi conto, comunque, delle difficoltà che ogni azienda deve superare per competere con il mercato internazionale.

Unica nota negativa riguarda il questionario inviato alle Cantine dal quale ci attendavamo molte più risposte in base alle email inviate. Il responso è stato comunque esaustivo e ci ha permesso di elaborare un buon numero di dati. Il lavoro è stato interessante e coinvolgente e ci ha stimolati nel cercare più contatti possibili a cui inviare il materiale. Inoltre è stato «diverso» dal fare una classica tesina compilativa perché ci ha dato la possibilità di conoscere la situazione attuale del nostro Paese, anche se limitata al nostro campione.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Alunno: Rasera Mirko

Classe: 5[^] AVE

A. S.: 2015/2016