



VII Foro Mundial Del Vino

Aspectos claves para la venta de vino en
el Reino Unido

Mark O'Neill
Managing Director
Verde Marte S.L.

Presentación

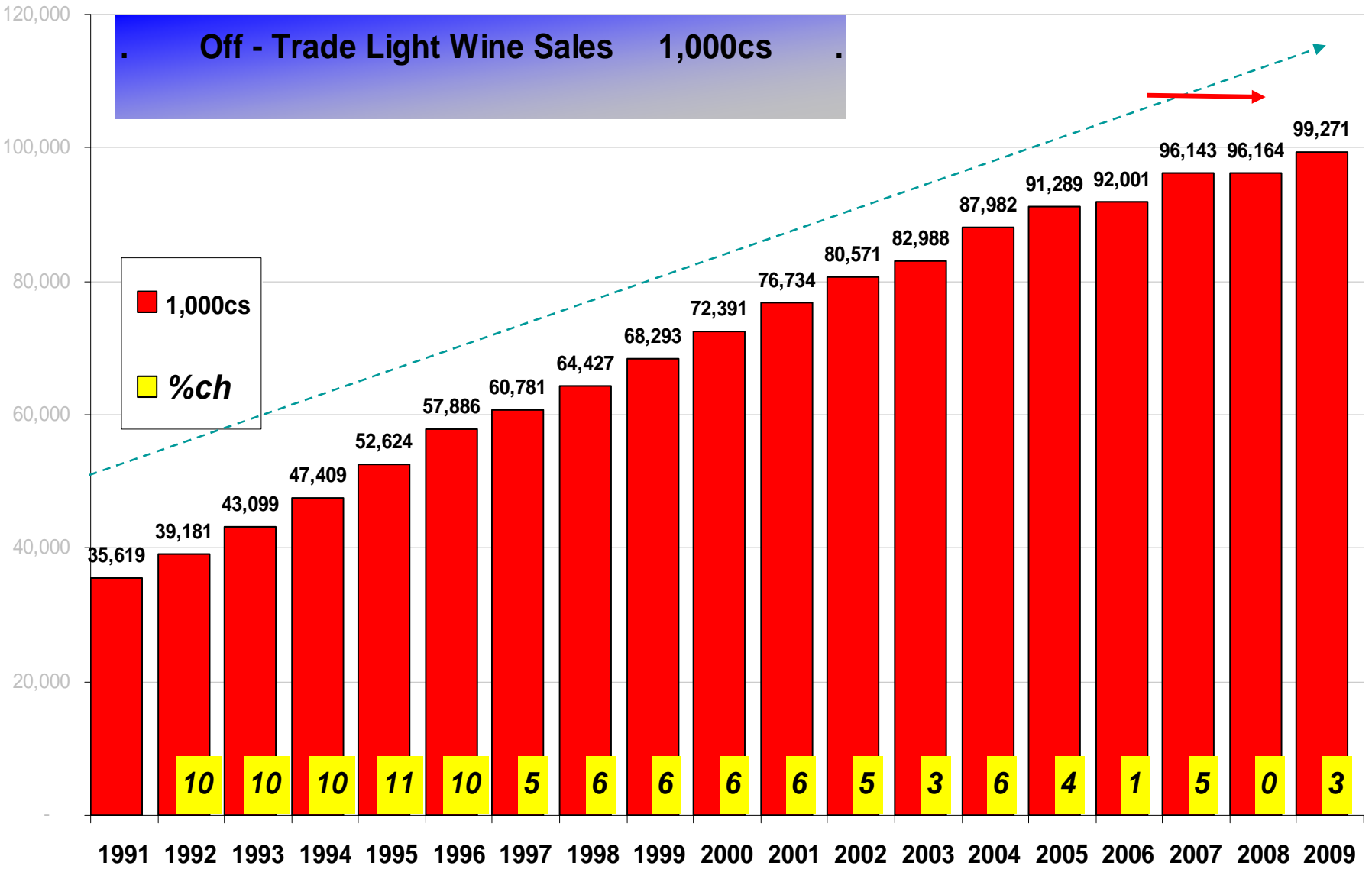
1. El Mercado en el Reino Unido

- Tamaño del mercado
- Preferencias del Mercado
- Precios del vino
- Ruta al mercado

2. Consumidores Británicos – cómo eligen vinos

3. Aspectos Claves para la Venta de Vinos en el UK

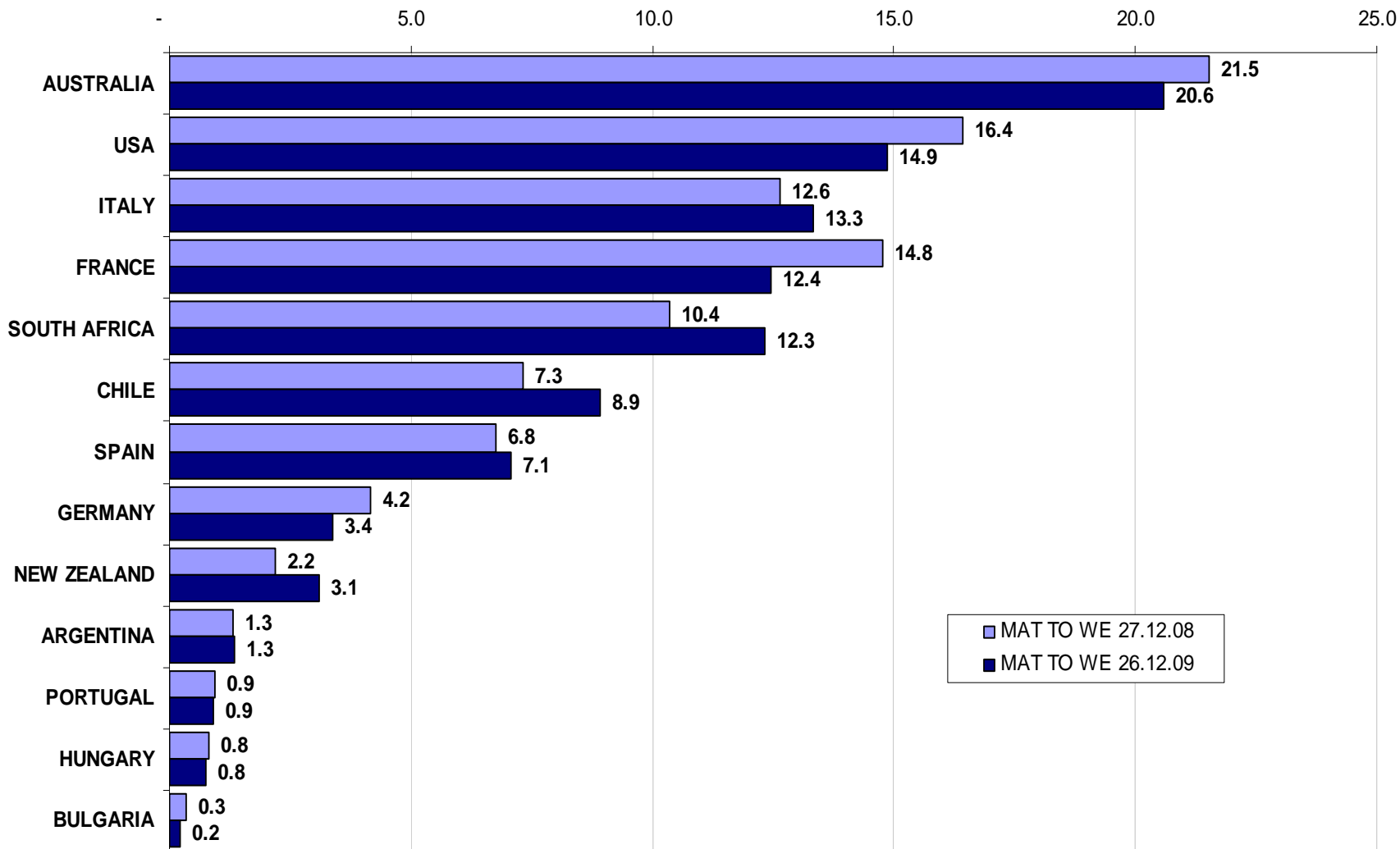
Off - Trade Light Wine Sales 1,000cs



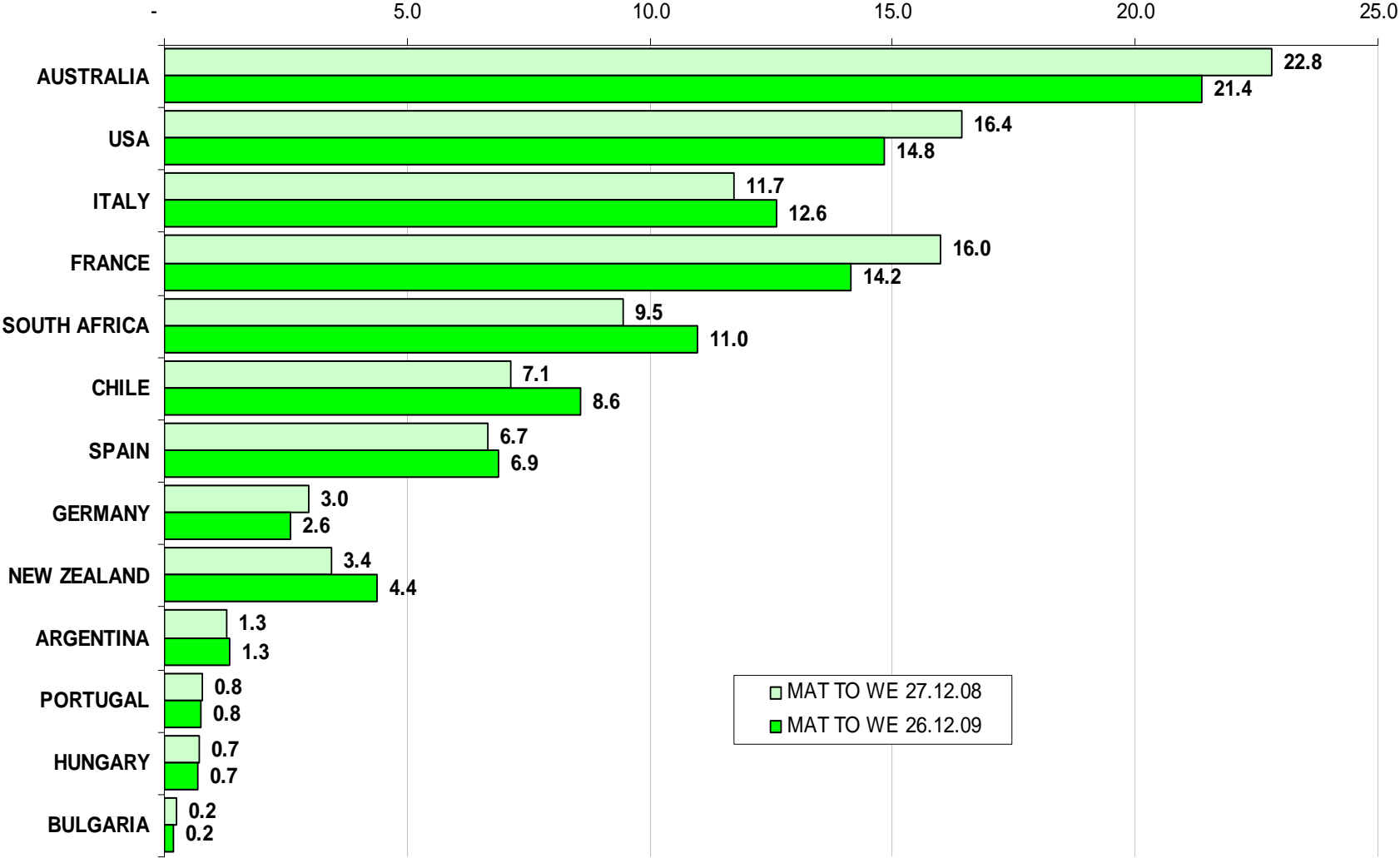
18/05/2010

VII Foro Mundial del Vino

Off - Trade Wine by Country % vol



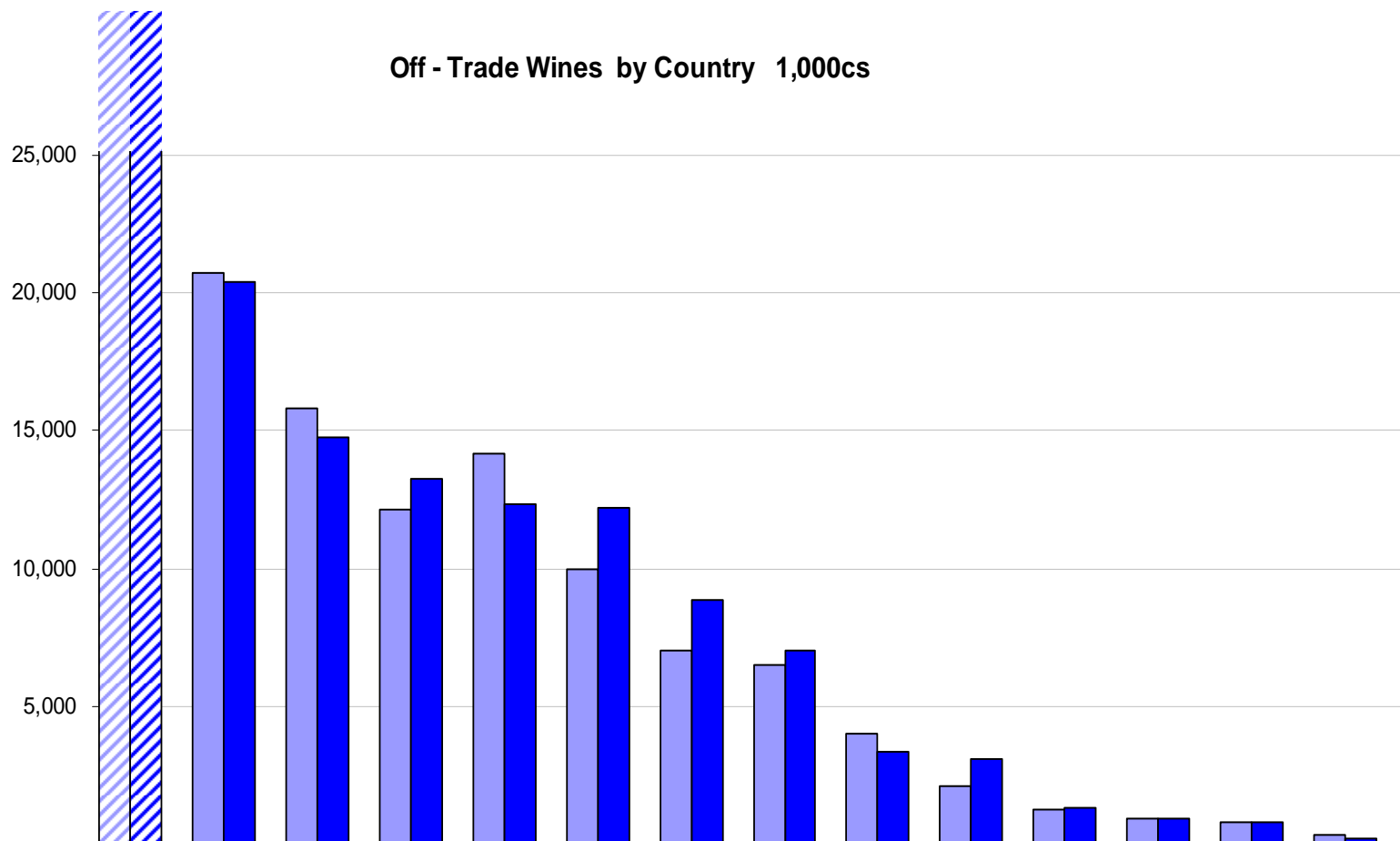
Off - Trade Wine by Country % value



Importancia del UK para Vinos Españoles

- United Kingdom is the second importer of Spanish wine in value
- Spain is the 7th largest category (value) in the Off Trade
- Reds – 4.5m cases (-2%) Whites 1.775m cases (+25%) Rosado 0.684m cases (+53%) (stats. Nielsen)
- 2.1 million regular consumers of Spanish wines (once a week)
- 10.4 million consumers from time to time (once every 3 months)
- **Source:** *Observatorio Español del Mercado del Vino, 2008*.
- El mercado Británico ha cambiado y las bodegas Españoles, en general han sido lentas en modificar su oferta.

Off - Trade Wines by Country 1,000cs



	Light Wines	AUSTRALIA	USA	ITALY	FRANCE	SOUTH AFRICA	CHILE	SPAIN	GERMANY	NEW ZEALAND	ARGENTINA	PORTUGAL	HUNGARY	BULGARIA
MAT TO WE 27.12.08	96,164	20,708	15,785	12,153	14,192	9,954	7,047	6,493	4,005	2,102	1,267	902	782	318
MAT TO WE 26.12.09	99,271	20,432	14,748	13,228	12,351	12,238	8,845	7,007	3,351	3,076	1,340	913	759	230
MAT % Change	3	-1	-7	9	-13	23	26	8	-16	46	6	1	-3	-28

Off - Trade Wines by Country £m



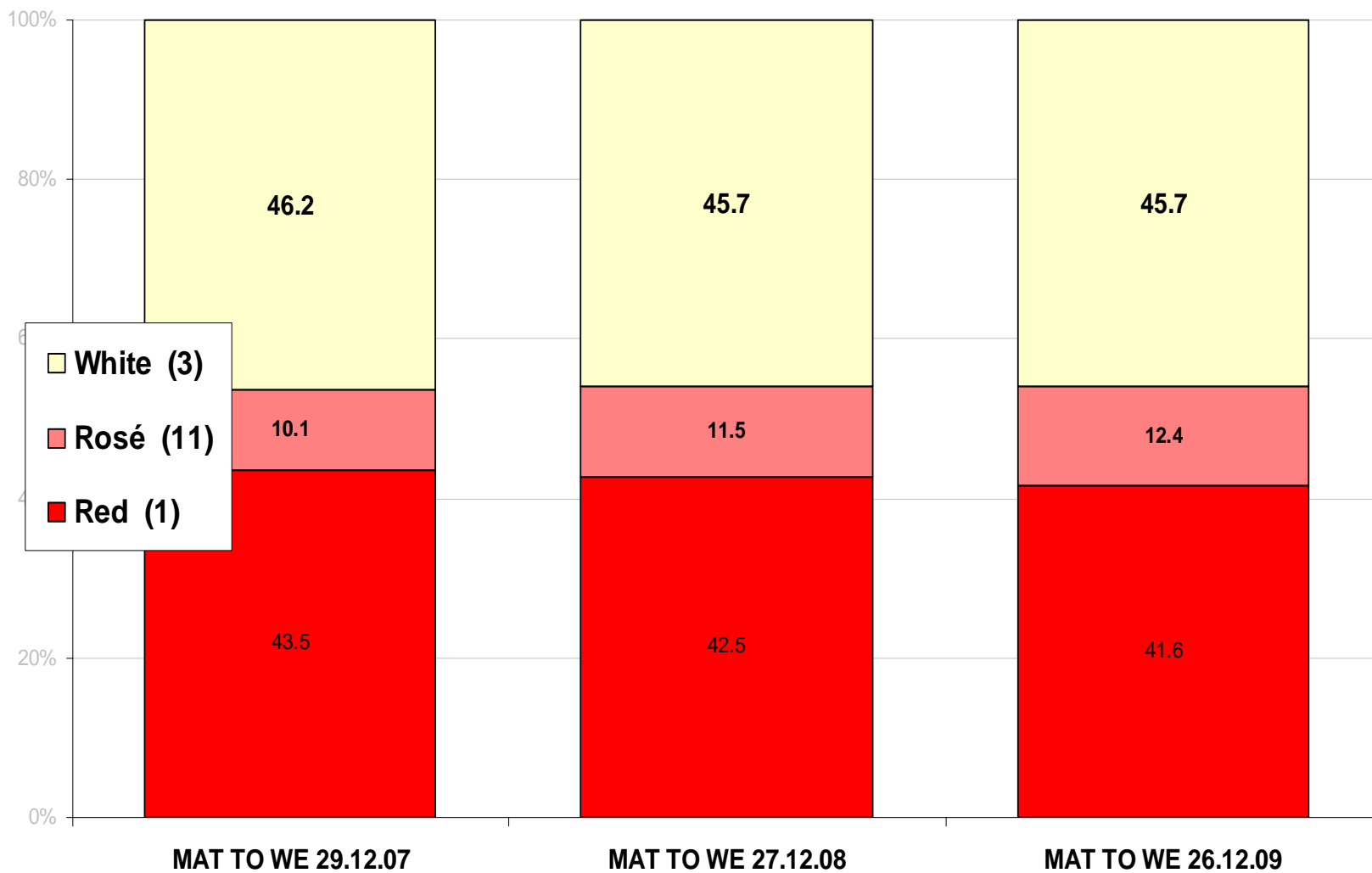
	Light Wines	AUSTRALIA	USA	ITALY	FRANCE	SOUTH AFRICA	CHILE	SPAIN	GERMAN Y	NEW ZEALAN D	ARGENT INA	PORTU GAL	HUNGA RY	BULGA RIA
■ MAT TO WE 27.12.08	4,830	1,101	794	567	772	456	344	322	144	166	62	37	35	11
■ MAT TO WE 26.12.09	5,144	1,100	763	648	728	566	441	355	134	226	69	39	36	9
MAT % Change	7	-0	-4	14	-6	24	28	10	-7	36	13	6	1	-21

Aspectos claves de otros países

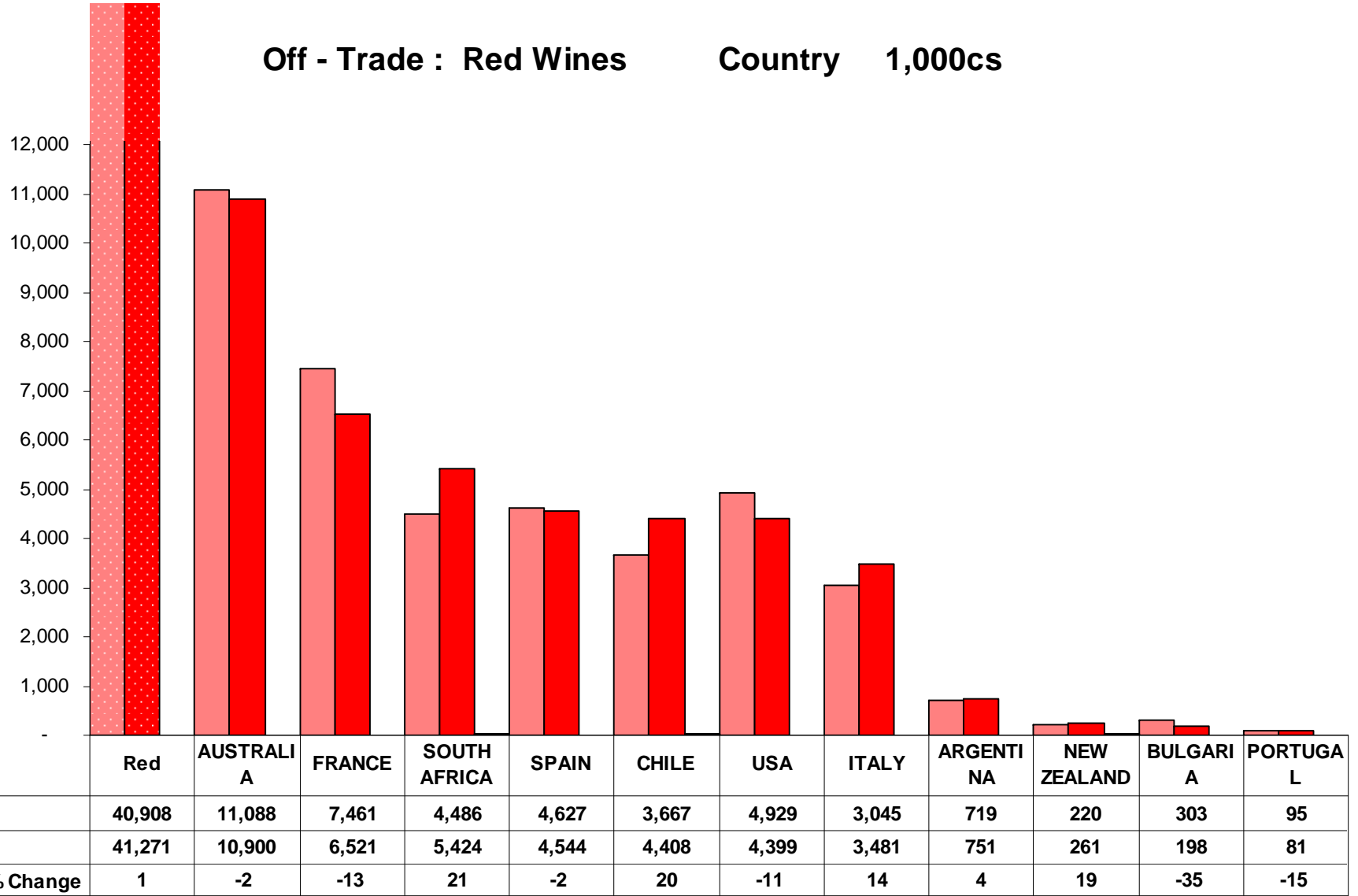
- **Sud África** - ha subido en un 1.8m cajas en 12 meses debido a una marca 'First Cape' con descuentos muy fuertes. A largo plazo no es sostenible.
- Namaqua está en el no.14 en ventas en el UK. 80% de sus ventas son BIB
- SA va a perder % del mercado este año debido a un incremento de precios y el valor del 'Rand'.
- **Chile** – precios competitivos, vinos con variedades conocidos por los consumidores Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Merlot, Sauvignon Blanc.

- **Nueva Zelanda** – tiene su punto de diferencia muy importante – Sauvignon Blanc.
- 3.3% Vol 4.4% Value Precio Medio NZ £6.12 (Precio medio mercado €4.30)
- NZ tiene 2 de los ‘top 20’ brands en el UK – Oyster Bay, Montana
- Durante este año debido a una sobre producción de vino, los precios van a bajar.
- **Italia** – Sigue creciendo con precios competitivos.
- Aunque depende demasiado en Pinot Grigio, como España con Rioja.(Italia – 65% vino blanco)

Off - Trade : Wine by Colour % vol

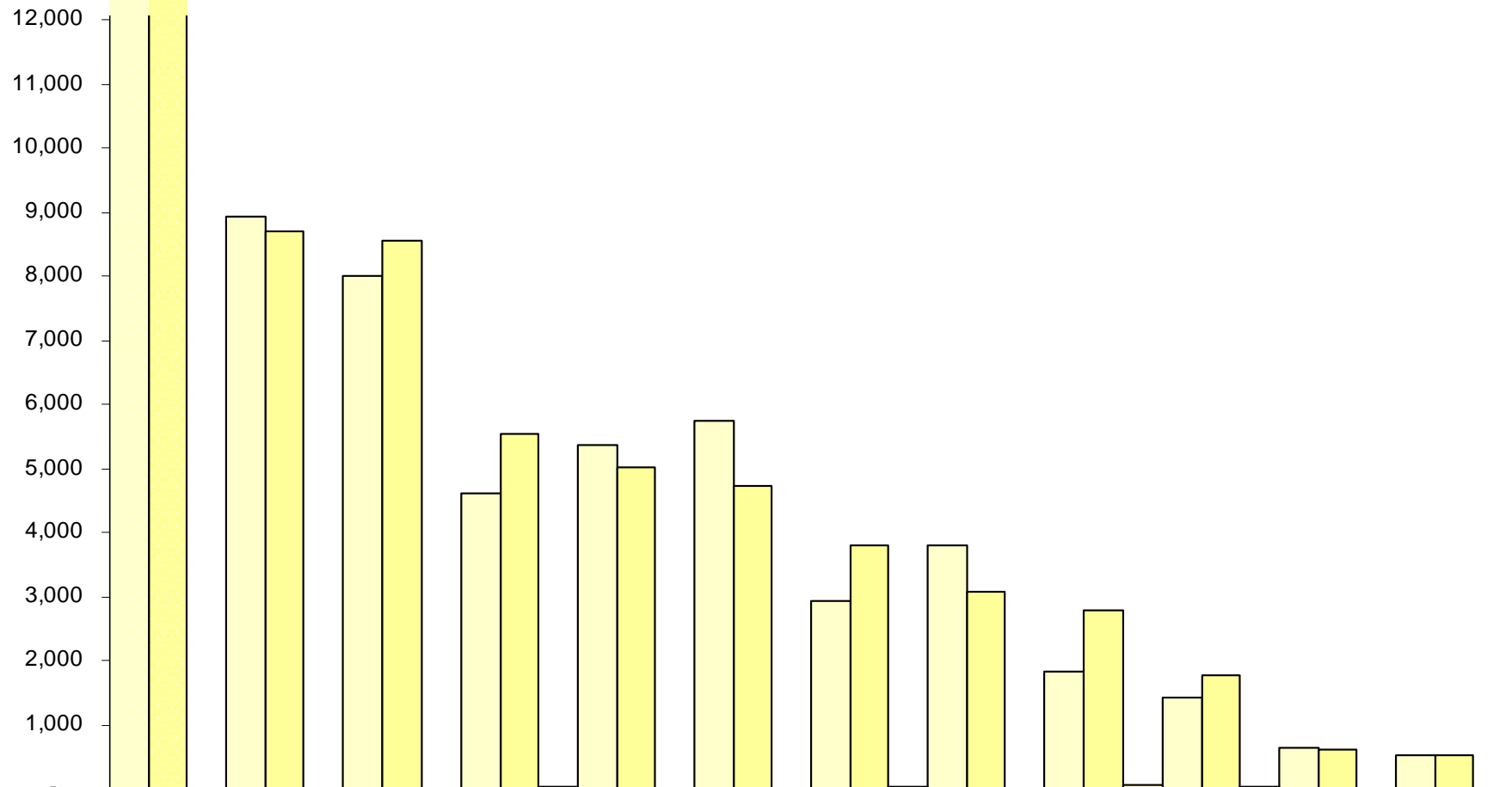


Off - Trade : Red Wines Country 1,000cs



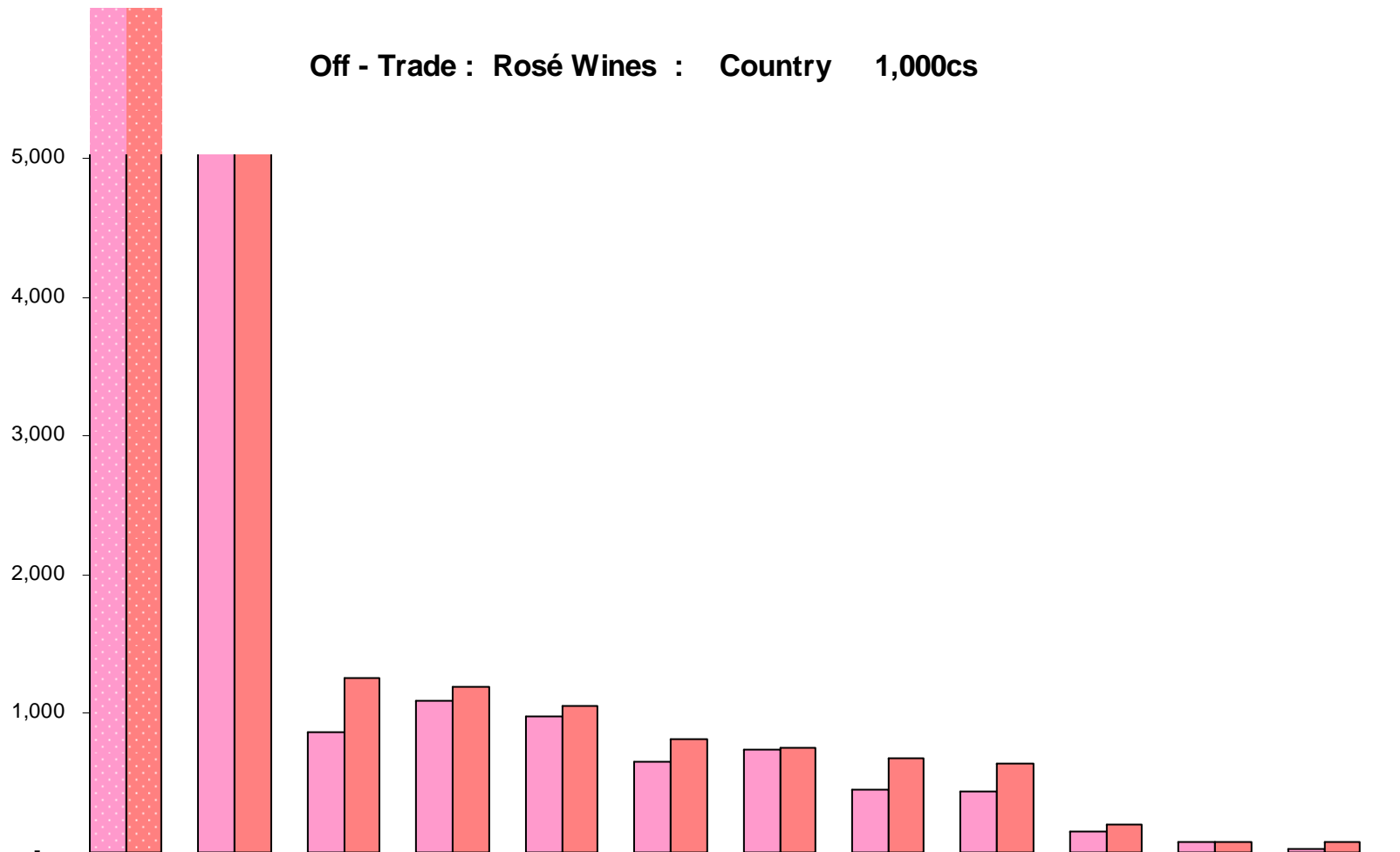
Off - Trade : White Wines

Country 1,000cs



	White	AUSTRALIA	ITALY	SOUTH AFRICA	USA	FRANCE	CHILE	GERMANY	NEW ZEALAND	SPAIN	HUNGARY	ARGENTINA
2008	43,948	8,916	7,998	4,602	5,348	5,738	2,924	3,784	1,834	1,419	627	521
2009	45,398	8,704	8,537	5,549	5,001	4,727	3,789	3,082	2,779	1,775	607	510
MAT % Change	3	-2	7	21	-6	-18	30	-19	52	25	-3	-2

Off - Trade : Rosé Wines : Country 1,000cs

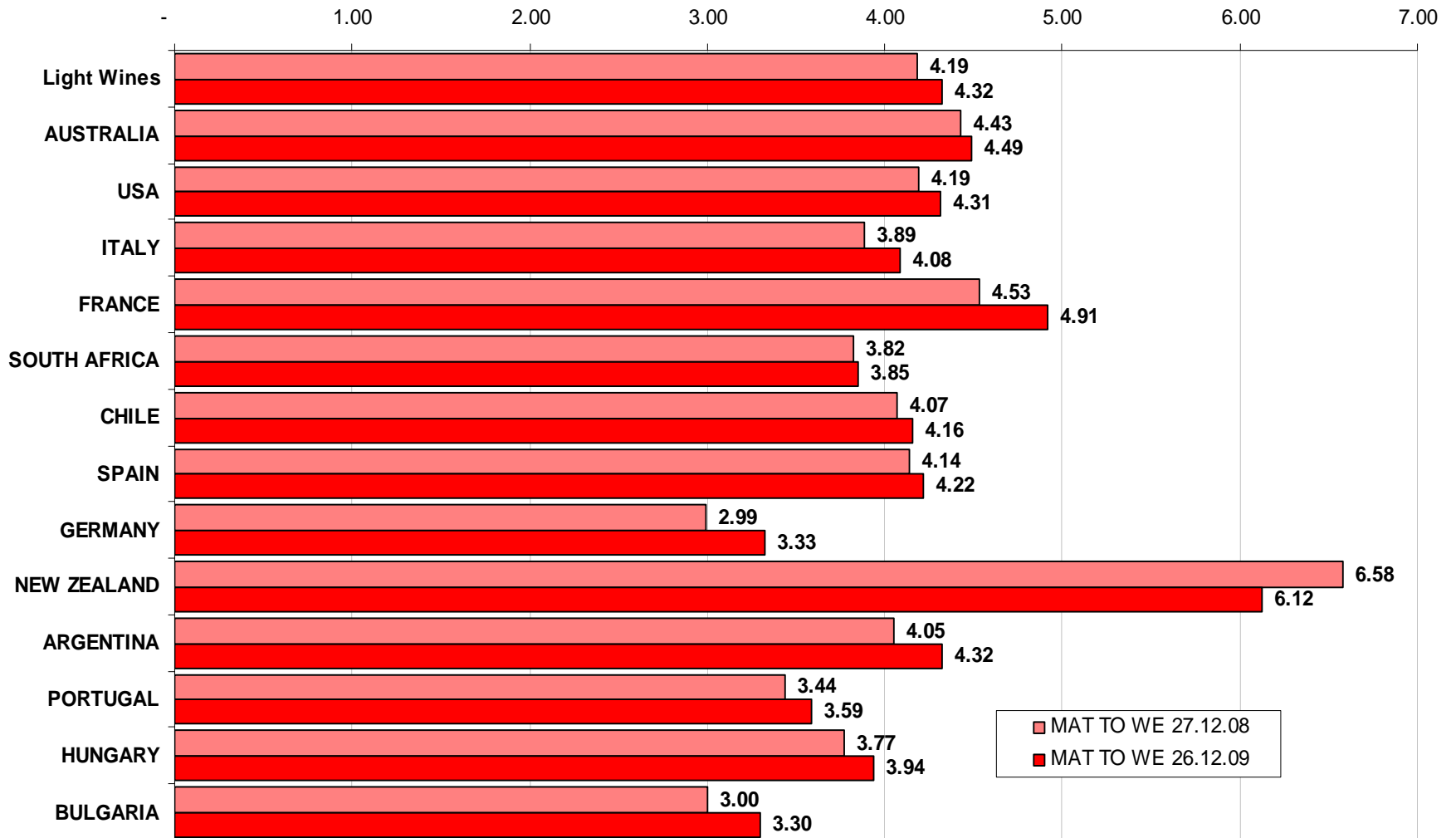


2008	11,036	5,483	863	1,089	982	655	741	446	443	149	80	23
2009	12,298	5,335	1,261	1,196	1,060	813	759	684	646	195	78	78
MAT % Change	11	-3	46	10	8	24	2	53	46	31	-2	240

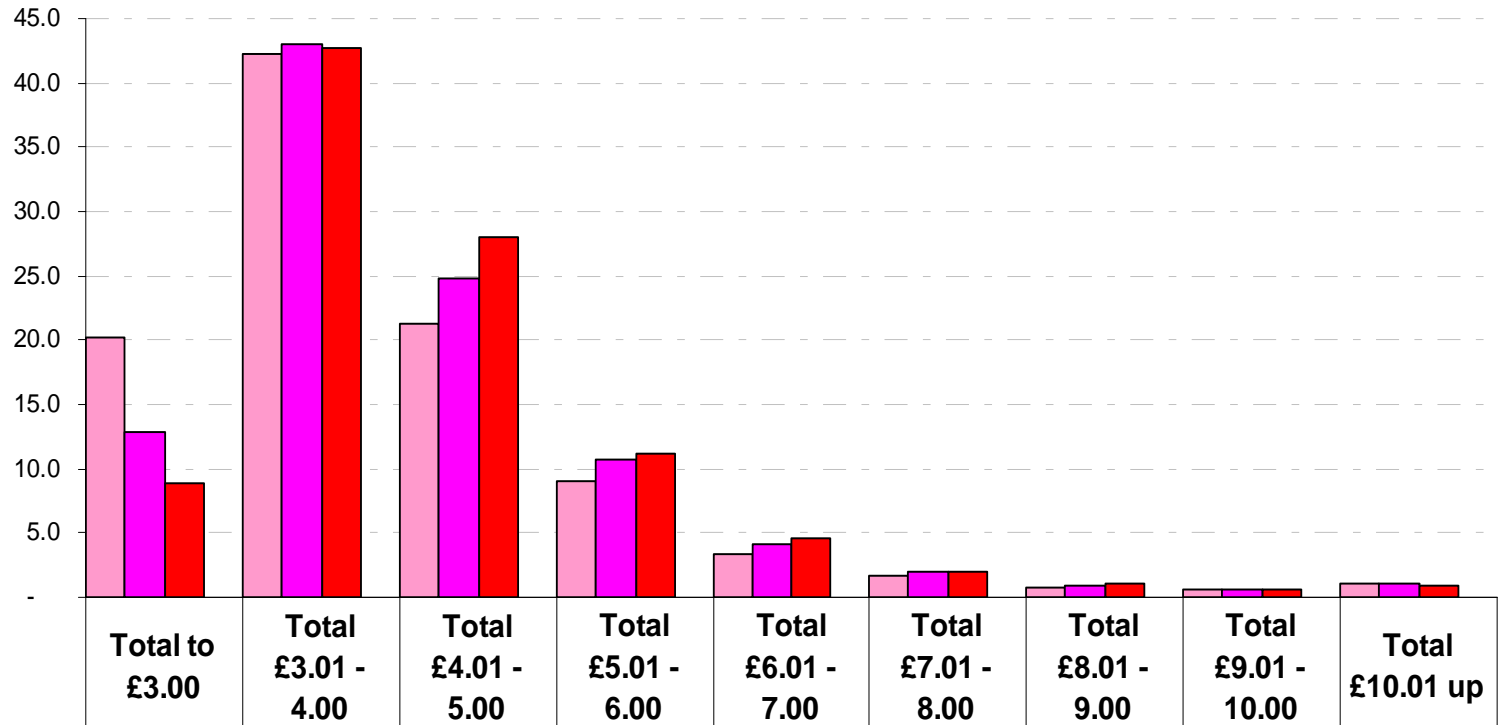
España - % colores

- España ha mantenido su posición en el mercado con 7% durante muchos años. Pero 65% de sus ventas son vinos tintos (el mercado 41.6%) y Rioja es un % alto de estas ventas. El objetivo debe ser introducir nuevos consumidores a vinos españoles.
- España es el 4º en valor/volumen vino tinto.
- España es la 9ª en valor/volumen vino blanco. Vol ha aumentado 25% in los últimos 12 meses.
- Las mujeres consumen más vino que los hombres y además, son responsables de más de la mitad de la compra de vino, 55%, mostrando una clara preferencia por el blanco, 69%.
- España es el 9ª en valor/volumen vino rosado. Rosados española +53% ¿Como se puede competir con un 'Blossom Hill' (No1. en ventas en el UK)?
- Vino Blanco y Rosado – ¿oportunidad o problema?

Off - Trade Wine by Country £ per 75cl equiv.



Off - Trade : 75cl wines by net price-band % sales vol



	Total to £3.00	Total £3.01 - 4.00	Total £4.01 - 5.00	Total £5.01 - 6.00	Total £6.01 - 7.00	Total £7.01 - 8.00	Total £8.01 - 9.00	Total £9.01 - 10.00	Total £10.01 up
■ MAT TO WE 29 12 07	20.1	42.3	21.2	9.1	3.3	1.6	0.7	0.6	1.0
■ MAT TO WE 27 12 08	12.9	42.9	24.7	10.7	4.1	2.0	1.0	0.6	1.1
■ MAT TO WE 26 12 09	8.9	42.7	27.9	11.1	4.7	2.0	1.1	0.6	1.0
% ch	-28	4	18	8	20	5	23	0	-9

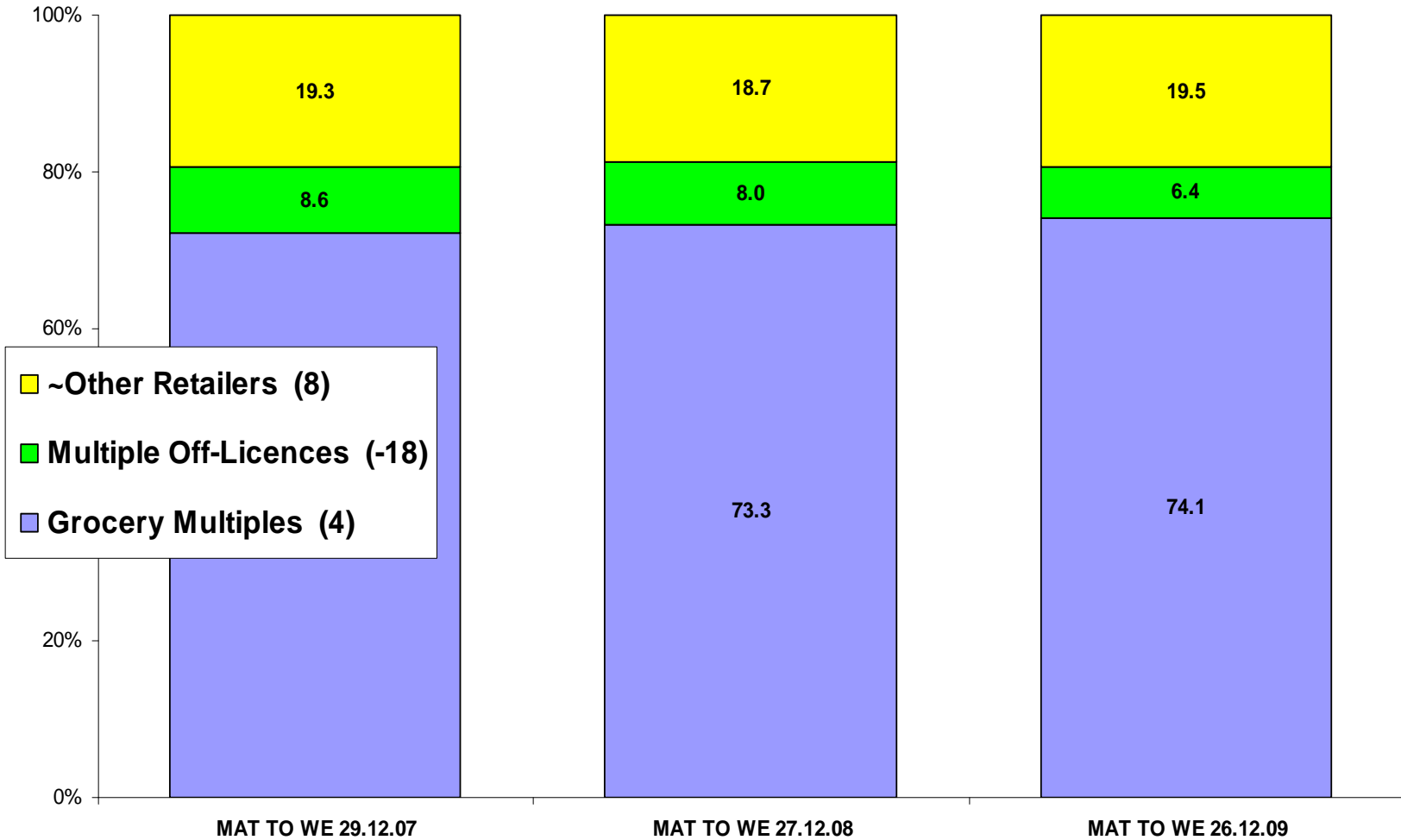
Precios UK

- 80% de ventas bajo £4.99
- Bajo de £3, España tiene 17.6% del mercado
- £3 - £4 España tiene 8.3% del mercado pero Francia y Italia tiene 21.5% cada uno
- Precio Medio £4.40 (€4.90)
- VAT (IVA): 17.5%
- Impuesto por botella: €1.93 (£1.71)
- (Desde Marzo 2008 los impuestos han subido un 25%)
- Transporte al UK: €0.14 por botella (contenedores completos)
- €0.21 - €0.28 (pallets por groupage)
- Margines – Importador 5 – 10% (8-15% por volúmenes pequeños)
- Supermercado: 25-33%
- Precio ex bodega para llegar £4.40 : €0.90 - €1.00

¿Donde compran?

- Off Trade es 89% del mercado.
- On Trade es 11% del mercado
- 74% de ventas en los supermercados!
- Hay que estudiar todas las rutas al mercado
- Especialistas / Wine Clubs (On Line) / On Trade (Horeca)

Wine by Trade Channel % vol

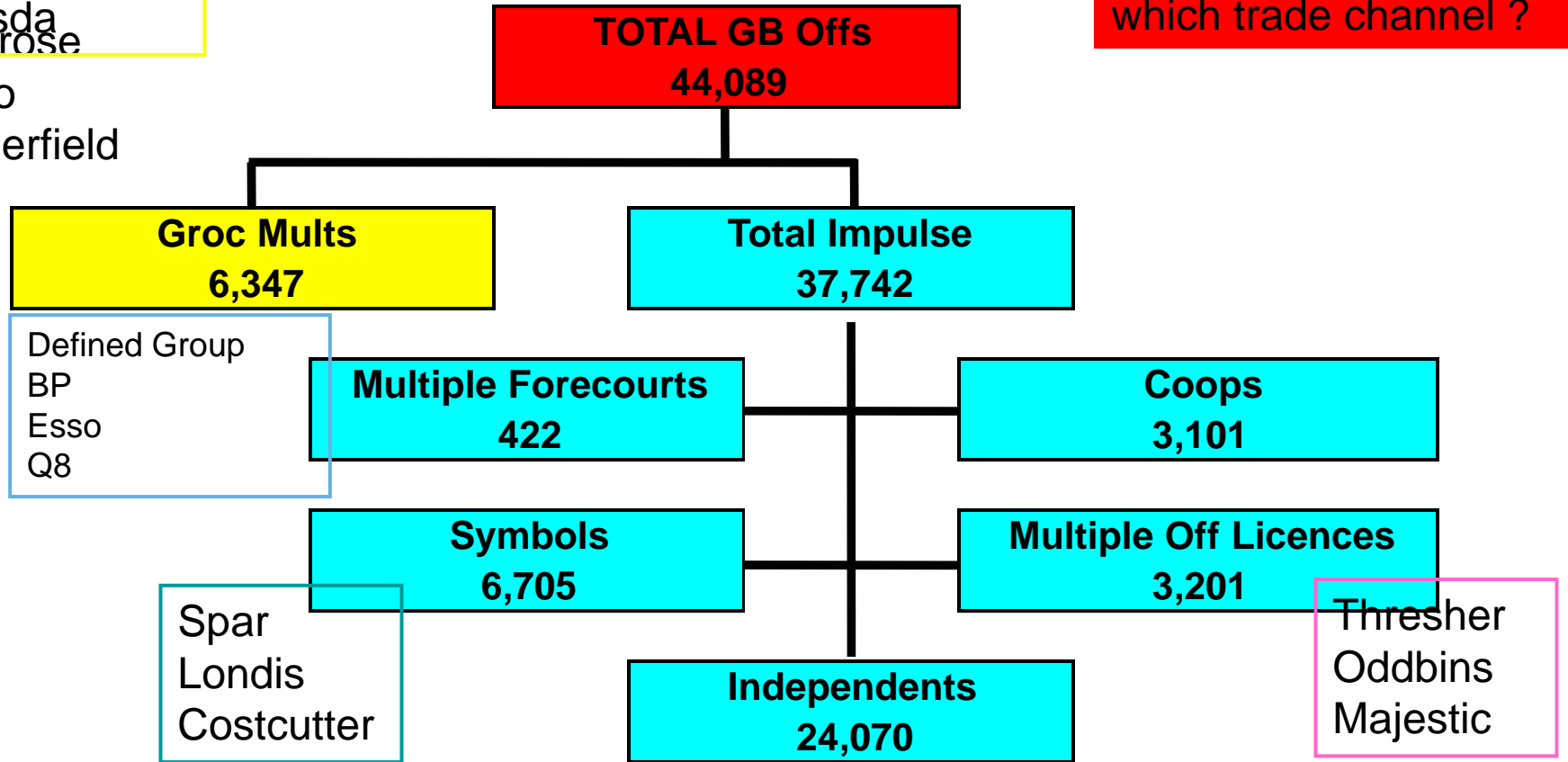


Off Trade Universe Structure

Sainsbury
Tesco
M&S
Asda
Waitrose

Which Retailer in
which trade channel ?

Netto
Sommerfield



Consumidores Británicos – como eligen vinos

- % saying that the following choice cues are important or very important when buying wine

	United Kingdom	Germany	Netherlands	Sweden	USA
• Promotional offer	70%	47%	51%	23%	55%
• Grape variety	64%	48%	47%	52%	72%
• Recommendation by friend or family					
•	59%	65%	61%	68%	69%
• Country of origin	54 %	60%	57%	43%	45%
• A brand I am aware of	50%	71%	68%	51%	67%
• Region of origin	44%	63%	46%	33%	45%
• Alcohol content	27%	23%	19%	17%	28%
• Recommendation by shop staff or shop leaflets					
•	22%	25%	28%	42%	46%
• Appeal label design					
•	21%	30%	35%	24%	31%
• Recommendation by wine guide books					
•	19%	47%	37%	44%	35%
• Medal or award	14%	32%	11%	23%	22%

Case study: Boutinot (Verde Marte's UK importer)

- Paul Stacey, Sales Director: we sell a Barbera (which I would say is an unknown varietal), from Italy (acceptable country of origin) on 3 for £10 in Asda.....100 bottles per week, per store average. Compare this to a Barbera sold in Waitrose @ over £5..barely 1 bottle per store per week. Therefore you'd have to say, it's the promotion/ price alone that makes the difference because grape, country, bottle etc are all the same (quality and style is different but no one would know that until they drink it?!?)

Aspectos Claves para la Venta de Vinos Españoles en el UK

- Ser realista y conocer la realidad del mercado. Los comparadores trabajan con las mismas estadísticas.
- Muchos consumidores, 70%, compran por precio/oferta. Hay que empezar desde el mercado para ver donde se va a posicionar el producto.
- B.O.G.O.F. – ‘Buy One Get One Free’
- Los Supermercados han utilizado esta herramienta para empujar ventas. Pero destroza la marca.
- Si no tiene la oferta casi no hay ventas (mas que 80% de ventas estan cuando el vino esta de oferta)
- Ten cuidado con planes de introducir ‘New Brands’. Puede ser muy caro sin buenos resultados

- WHAT IS YOUR STORY?

- Innovación y mas innovación.
- Comunicación - Diseño de etiquetas
- Estilos de vinos – catar vinos que ya existe en el mercado
- Puntos de diferencia.

- No vale la pena ofrecer mas de lo mismo o copiar directamente lo que están haciendo en otra país.

- Hay que pensar como un consumidor, no productor para crear nuevas familias de vinos.

- ¿Hay posibilidades hacer Rosadas y Blancos nuevos y excitantes?

- Macabeo/Viura – puede ser el nuevo Pinot Grigio en el mercado Británico?

- Vinos con uvas autóctonas – Tempranillo, Monastrell, Bobal, Macabeo, Moscatel. El mundo no necesita mas Cabernet Sauvignon o Chardonnay.

Innovación



18/05/2010

VII Foro Mundial del Vino