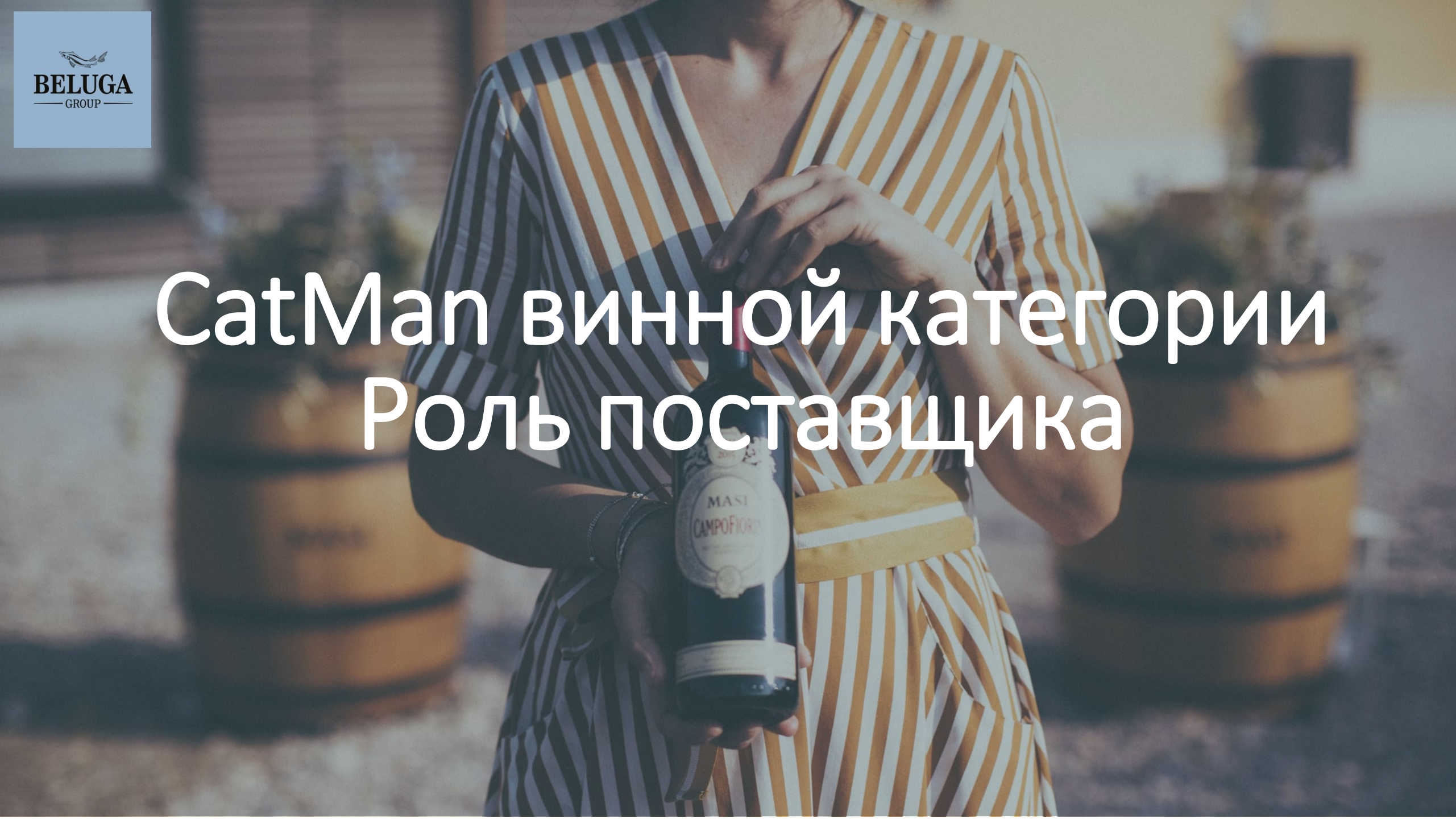




CatMan винной категории Роль поставщика

Голос покупателя



Только незначительная доля эрудированных покупателей осознанно выбирает вино, ориентируясь на объем своих знаний о вине и сопоставляя их с информацией на упаковке



Большинству покупателей нужна помощь с выбором вин, навигация полки по странам, выкладка по брендам/производителям



- **«Safe choice»** - покупателям вин стоимостью выше 600 руб. важно сформировать доверие к бренду, производителю, импортеру. Иметь возможность получить информацию о винах из независимых источников
- Знакомые этикетки/бренды на уровне: «видел/когда-то пробовал/кто-то говорил», повышают лояльность к экспертизе торговой сети
- Потребитель может не знать название торговой марки, но статистика продаж говорит о том, что у полки потребитель отдает предпочтение **брендам**

Дерево принятия решений о покупке вина

ПРИОРИТЕТЫ ПОКУПАТЕЛЯ

Регулярная цена

до 500 руб

500-800 руб

свыше 800 руб

Важные



Цвет вина
Содержание сахара

Бюджет/Желтый ценник

Страна

Сорт винограда, вкус/аромат

Бренд/производитель

Цвет вина
Содержание сахара

Промо-акции, реклама/ бюджет

Страна, регион

Бренд/производитель/импортер

Сорт винограда, вкус/аромат

Страна, Регион, субрегион

Цвет вина, содержание сахара

Бренд/производитель

Сорт винограда, вкус,
% содержание алкоголя

Промо-акции, реклама/бюджет

Второстепенные

Чем выше цена, тем важнее известность бренда/производителя вина

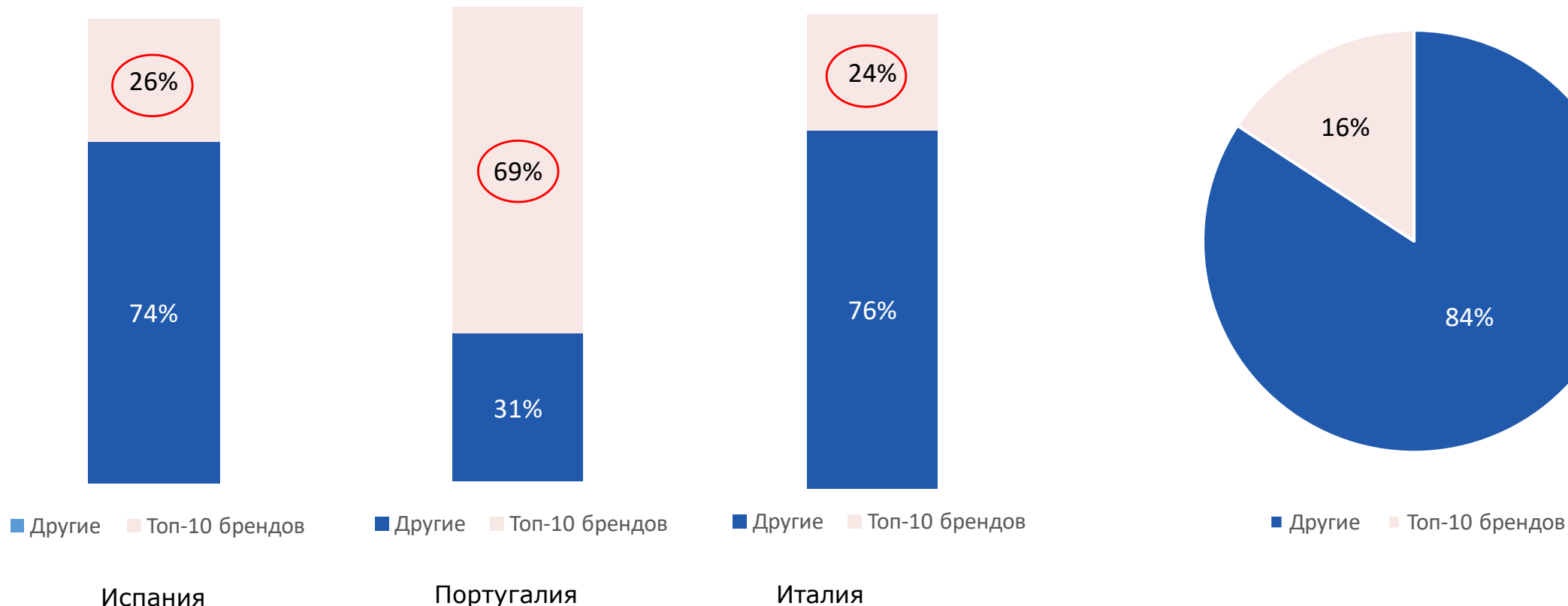
БРЕНДЫ В ВИНЕ – ЕСТЬ!

*Определение бренда в вине – известность производителя бренда в мировом масштабе, представленность в РФ в 10 и более торговых сетях (примеры: Torres, Casillero dei Diablos, Mateus, Antinori, Cianti etc.)

Доля брендов в продажах винной категории

Все ценовые сегменты
(оборот в руб.):

Все страны
(оборот в руб.):



В ритейл представлено более 7 000 винных брендов
ДОЛЯ В ОБОРОТЕ ПРОДАЖ ТОП-10 ВИННЫХ БРЕНДОВ СОСТАВЛЯЕТ 16%

Роль поставщика в формировании доверия покупателя

SAFE CHOICE

Формирование
имиджа бренда через
дистрибьюцию и
маркетинговые
инструменты

SUSTAINABILITY

Опыт в выборе
производителей,
ответственность за
стабильное качество
продукта

SUPPORT

Бренд билдинг,
коммуникация с
потребителем во всех
каналах сбыта: HoReCa,
B2C, SMM

ПОСТАВЩИК – ПРОВАЙДЕР МИРОВЫХ ТРЕНДОВ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Тренд на розовые вина



Рост категории тихих розовых вин в 2020 (РФ)

Wines	2019Y		2020Y		Evolution 2019Yvs2020Y,%	
	mln,btls	mln,USD	mln,btls	mln,USD	mln,btls	mln,USD
White	192,9	437,0	197,8	435,2	3%	0%
Red	190,3	419,0	179,9	385,5	-5%	-8%
Rose	24,0	54,6	27,7	59,1	15%	8%

+15%
VOLUME



Eco-friendly wines. 30Ж

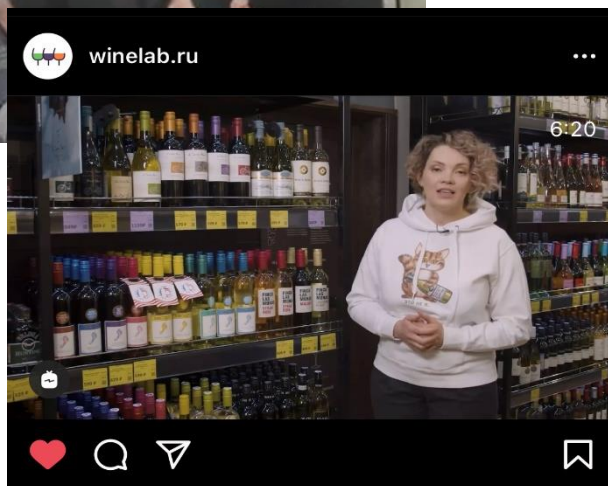
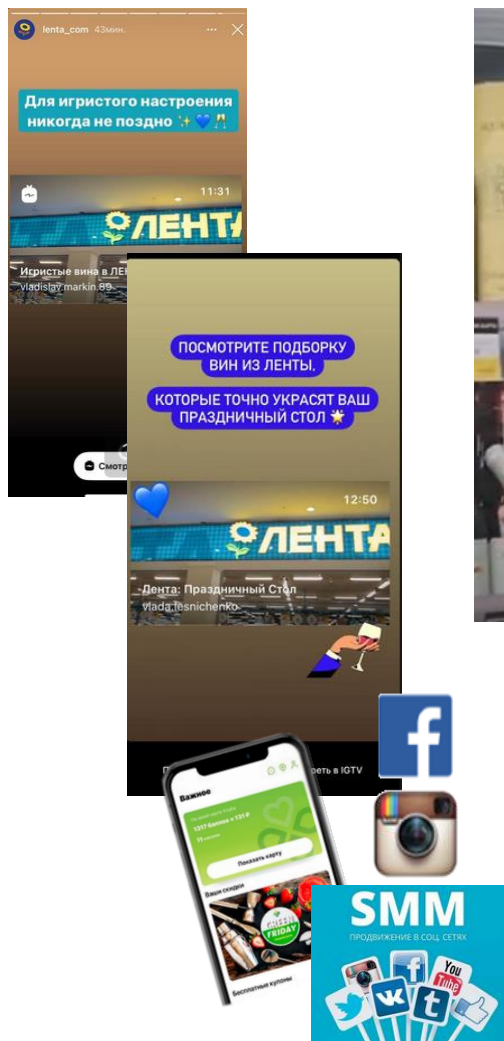
- Мировой тренд на 30Ж, органические продукты, здоровое питание и осознанное потребление
- Eco-friendly продукты набирают популярность во всем мире
- Концепция устойчивого развития и осознанного отношения к окружающей среде пришла и в виноделие



Ожидаемый объем мирового потребления в 2023 году: 976 000 000 бут
(**+121%** к 2013, **+34%** к 2018)*



МЫ ЗНАЕМ, КАК НАЙТИ ОБЩИЙ ЯЗЫК С ПОТРЕБИТЕЛЕМ



OPINION LEADERS

ПОТРЕБИТЕЛЬ АКТИВНО ВОВЛЕКАЕТСЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КОНТЕНТ

Совместная коллаборация с блогерами Лента&Beluga показала высокую конверсию потребителей (1/3 пользователей переходила на скрепке).

Винлаб&Beluga – более 10 000 реакций

РАСШИРЯЕМ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ!

Sangre de Toro
Привет! Ассортимент Подарки Вопрос-ответ Напишите нам Войти

**Не уппусти шанс
стать частью
испанской сборной
по футболу!**

- 1 Покупай вина Sangre de Toro
- 2 Регистрируй чеки
- 3 Получай подарки

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬ ЧЕК

Подарки

 Шарф 6 бутылок	 Мяч 12 бутылок	 Рюкзак 16 бутылок
---	---	--

Sangre de Toro
ОФИЦИАЛЬНЫЙ СПОНСОР ИСПАНСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ СБОРНОЙ ПО ФУТБОЛУ

СОБЕРИ ВСЮ КОЛЛЕКЦИЮ ФИГУРОК ФУТБОЛИСТОВ SOCCERSTARZ!

**НУ УПУСТИ ШАНС
СТАТЬ ЧАСТЬЮ
ИСПАНСКОЙ СБОРНОЙ
ПО ФУТБОЛУ!**

ЧЕКИ ДЛЯ ЗАПИСИ

ОФИЦИАЛЬНАЯ ФУТБОЛКА СБОРНОЙ ИСПАНИИ

ФИТБОЛЬНЫЙ МЯЧ ЧЕМПИОНАТА СБОРНОЙ ПО ФУТБОЛУ

ПОДАРОК СБОРНОЙ ИСПАНИИ ПО ФУТБОЛУ

КЕПКА СБОРНОЙ ИСПАНИИ

Создаем дополнительный повод потребления

Вовлекаем нетипичного потребителя в категорию

Повышаем интерес, используя интерактивную платформу

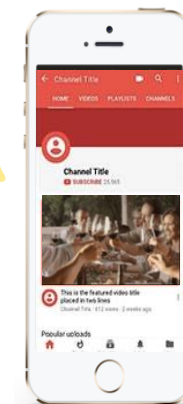
Добавляем дополнительную выгоду от покупки

ПРЕДЛАГАЕМ ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

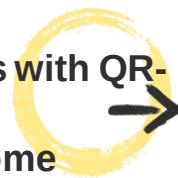
Additional
placement



Video recipes with
Sangre de Toro served
and match



Neckhangers with QR-
code
to cook at home

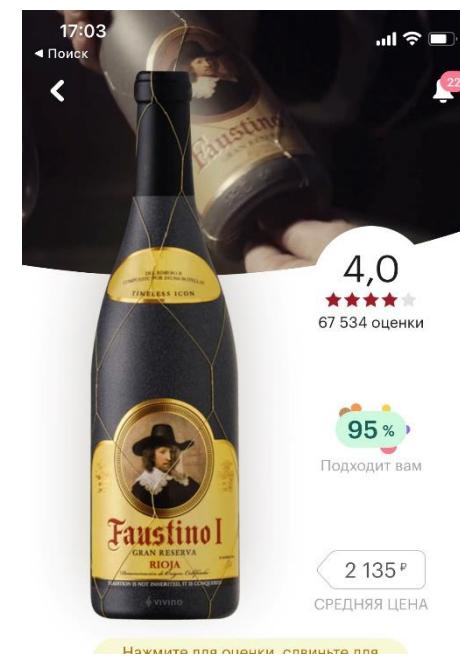
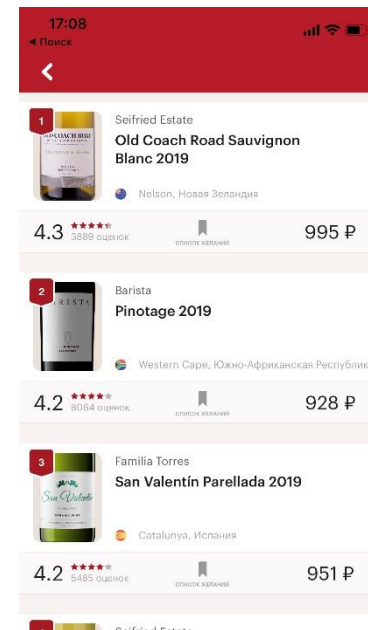


ИСПОЛЬЗУЕМ ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

VIVINO

1 562 609 854
SCANNED LABELS

50 825 940
USERS

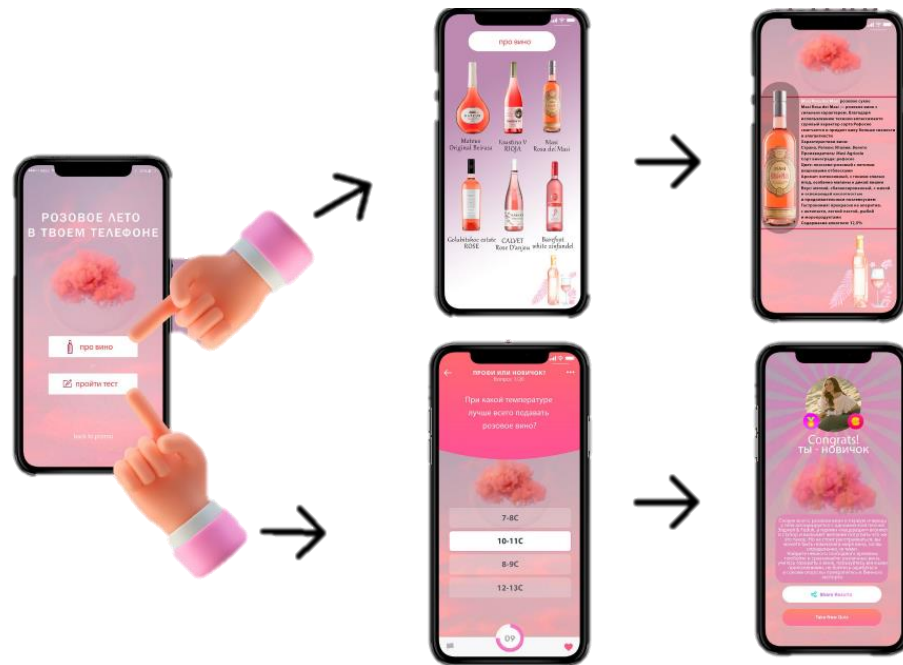


УВЕЛИЧИВАЕМ ЦЕННОСТЬ ПОКУПКИ



Увеличение среднего чека, повышение лояльности к ТС, увеличение частоты покупки

РОЗОВОЕ ЛЕТО



ПОДДЕРЖИВАЕМ МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ

Развитие индустрии требует идти в ногу со временем

- **E-com, digital marketing** - самый короткий путь к потребителю

Важно не только место продаж, но и коммуникация с потребителем

«Не разместил, не было»

Формирование позитивного имиджа невозможно без продвижения через современные каналы коммуникации

**ТОРГОВОЙ СЕТИ ВАЖНО ПРОДАВАТЬ ВИННЫЕ БРЕНДЫ,
КОТОРЫЕ ИНТЕРЕСНЫ И ЗНАКОМЫ ПОКУПАТЕЛЮ**