

Cin&Cin, Dorato, Carlo Rossi

Jan Garlicki, Centrum Badań Marketingowych Indicator, jgarlicki@indicator.pl

INDICATOR
CENTRUM BADAŃ MARKETINGOWYCH

Wśród ogółu Polaków świadomość różnicy pomiędzy winem musującym a szampanem jest wciąż niewielka. Tak wynika z kolejnej tury badań CBM Indicator.

Nazwa „szampan” jest stosowana jako potoczne określenie wina musującego. W rzeczywistości jednak nadal niewielka grupa respondentów wie, że szampan to wyjątkowa odmiana wina musującego, która wytwarzana jest tradycyjną metodą ze specjalnie do tego celu wyselekcjonowanych winogron, uprawianych wyłącznie w regionie zwanym Szampanią w północno-wschodniej Francji. Badania pokazują, iż oryginalne szampany nadal stanowią produkt niszowy jeśli chodzi o preferencje konsumentów w Polsce.

Wina musujące i szampany

Każdy szampan jest winem musującym, ale tylko nieliczne wina musujące można nazwać szampanem. Jednak ogromna popularność tego trunku spowodowała, że właśnie słowo szampan jest

najpowszechniej używanym określeniem na każde wino musujące. Wina z Szampanii już w X wieku słynęły ze swojej jakości. Miały jednak pewną cechę, którą długo uznawano za wadę. Wino burzyło się w szklankach, wytwarzając pianę. Przez wiele lat winiarze z Szampanii próbowali pozbyć się tej „niekorzystnej” właściwości. W końcu wpadli na pomysł, aby zaprzęść walki z bąbelkami i ze słabości uczynić zaletę. Za twórcę szampana uważa się powszechnie zakonnik Dom Pierre'a Perignon. I to jemu przypisuje się opracowanie nowatorskiej metody produkcji wina musującego nazywanej dzisiaj klasyczną. Wielu producentów z innych regionów, zachęconych wielką karierą szampana, próbowało powtórzyć jego sukces, stosując „methode champenoise” do produkcji swoich win musujących. Tak powstały francuskie crémants, niemieckie sekty, kalifornijskie sparkling wines czy hiszpańska cava. Zagrożeń konkurencją winiarze z Szampanii doprowadzili wówczas do prawnego zakazu stosowania określenia

„methode champenoise”. Poza Szampanią można jedynie używać terminu „methode traditionnelle”. Wielkie dni szampana rozpoczęły się w wieku XIX i trwają do dziś.

Znajomość marek

Wina musujące i szampany mają ugruntowaną pozycję na naszym rynku. Świadczą o tym wyniki testu znajomości spontanicznej. Przy okazji należy też zaznaczyć, że w zestawieniu najpopularniejszych win musujących nie znalazła się ani jedna marka szampana, choć szczegółowe analizy korelacyjne wskazują, iż nieznacznie, ale jednak systematycznie rośnie zainteresowanie najlepszymi, markowymi produktami z tej grupy alkoholi.

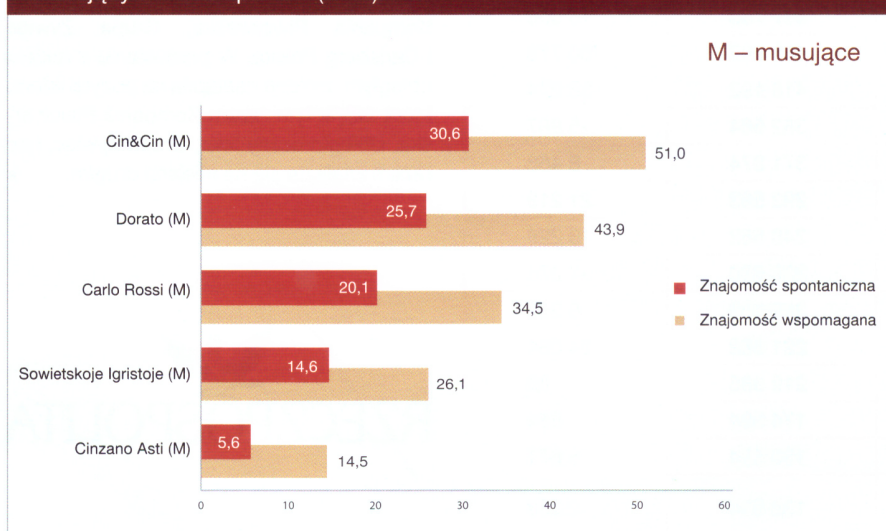
Kategorię win musujących i szampanów, która została poddana analizie pod koniec 2013 roku, reprezentują trzy wyróżniające się na tle innych trunków marki: Cin&Cin, Dorato oraz Carlo Rossi. Marki te zajmują silną pozycję w świadomości konsumentów, są one bowiem mocno związane z tą kategorią alkoholi. W wykresie 1. przedstawione zostały wyniki najnowszych badań na temat spontanicznej i wspomaganego rozpoznania marek win musujących.

Wina te są również najchętniej wybierane przez Polaków – największy odsetek respondentów zadeklarował spożycie właśnie tych marek w 2013 roku.

Musujące, polecane, kupowane

Wskaźnik częstotliwości polecenia innym danego produktu w najlepszy sposób charakteryzuje poziom zadowolenia z niego. Wyniki ostatniego sondażu wskazują, że wśród 10 najchętniej polecanych marek win (win wytrawnych i półwytrawnych, słodkich i półsłodkich, ziołowych oraz win musujących i szampanów) znalazły się aż 3 marki win musujących. Wskazuje to na ich silną pozycję w kategorii win – konsumenci chętnie polecają innym marki win musujących.

Wykres 1. Znajomość spontaniczna i wspomagana marek kategorii win musujących i szampanów (w %).



PRZYGOTUJ OFERTĘ NA SEZON ŚWIĄTECZNO-KARNAWAŁOWY
JAKOŚCIOWE WINA Z WŁOCH, RUMUŃSKICH TARASÓW DUNAJU
ORAZ CZESKICH POŁUDNIOWYCH MORAW

 DOSTAWY DO 3 DNI
Z POLSKI

 WYSOKIE MARŻE
GWARANTOWANE

 PROMOCJE DLA
SIECI I DETALISTÓW



 WSPARCIE POS,
MARKETINGOWE I PR

 DEGUSTACJE,
EKSPOZYCJE

 PROMOCJE
KONSUMENCKIE

POSTAW NA JAKOŚĆ, KTÓRĄ DOCENI KAŻDY TWÓJ KLIENT!
SPRAWDŹ NASZE CENY!

INFORMACJA DLA CELÓW HANDLOWYCH

 **AMAZIS.net**
quality food & drinks

KOM.: +48 606 601 185 WINA@AMAZIS.COM WWW.AMAZIS.COM

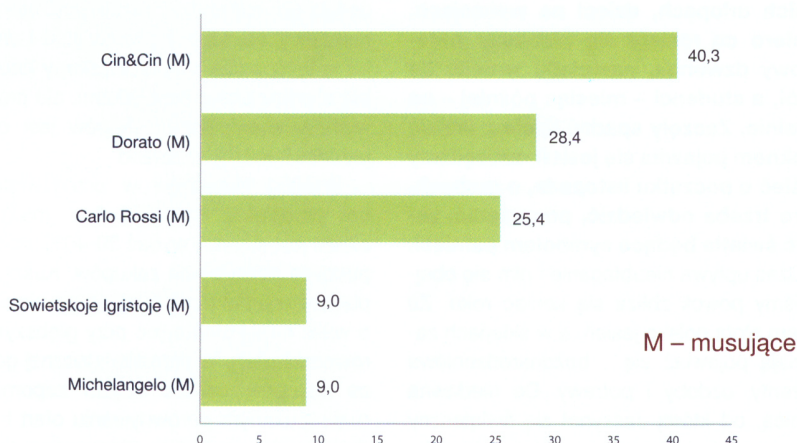
Najnowszy sondaż pokazuje, iż wina musujące najchętniej spożywają kobiety (choć odsetek mężczyzn pijących te napoje jest nieznacznie niższy). Profil konsumentów ze względu na charakter wykonywanej pracy jest bardzo zróżnicowany.

Wina musujące są zdecydowanie produktem sezonowym – największe spożycie odnotowuje się pod koniec roku kalendarzowego. Kupuje się go najwięcej w okolicach Nowego Roku, a także w trakcie świąt, uroczystości i na specjalne okazje. ■



Kolejna XXXI tura badań rynku napojów alkoholowych w Polsce została przeprowadzona przez Centrum Badań Marketingowych INDICATOR w I połowie grudnia 2013 r. Badaniu poddano reprezentatywną kwotową próbę dorosłych mieszkańców Polski liczącą 1000 osób. Badanie zostało przeprowadzone przy pomocy zestandaryzowanego narzędzia – bezpośrednich (face-to-face) wywiadów kwestionariuszowych.

Wykres 2. Najczęściej spożywane marki w kategorii win musujących i szampanów zgodnie z deklaracjami respondentów (w %).



Wykres 3. Najchętniej polecane marki w kategorii win zgodnie z deklaracjami respondentów (w %).

