



Analiza trendova u vinarstvu iz perspektive hrvatskih potrošača

Analiza na bazi provedenog istraživanja tržišta u 11. mjesecu 2021.

Sažetak - ključni nalazi

1. Proizvodnja vina u svijetu je u kontinuiranom padu od -1,6%, a posebno u razdoblju 2018. – 2021., s padom od -5,3%.. Od 2020. – 2021. najveći pad proizvodnje vina, od -13%, bio je u Europi.
2. COVID-19 pandemija uzrokovala je pad potrošnje vina u svijetu. U odnosu na konkurentna pića u svijetu, vino je zadržalo udio od 9%.
3. U Hrvatskoj se tržišni udio vina smanjuje od 2015. godine, a uslijed pada konzumacije alkohola u pandemiji, vino je zadržalo udio na 25%. Hrvatska je najveći uvoznik vina u regiji, a uvoz predstavlja 27% tržišta vina. Međutim, 76%, odnosno 79% potrošača i dalje preferira vina hrvatskog porijekla.
4. Svaki peti potrošač u RH je sklon stranim vinima. Istraživanje je ukazalo na specifične preferencije i sklonost stranim vinima pojedinih segmenta potrošača. Upravo će bolje razumijevanje potrošača i prilagodba promjenama njihovih preferencija biti ključ uspjeha ili preživljavanja u ovoj vrlo izazovnoj industriji s negativnim makro trendovima.
5. Dodatno smo identificirali sljedeće navike i preferencije hrvatskih potrošača:
 - Učestalost kupovine varira, a najveći udio potrošača (34%) kupuje vino jednom mjesečno
 - 82% potrošača kupuje do 2,25 litara vina u jednoj kupovini
 - Orijentirani su prema jeftinim vinima i segmentu vrijednosti za novac
 - 50% potrošača preferira Graševinu koja je identificirana kao ključna bijela sorta, a najviše se pije u Slavoniji (69%)
 - 39% potrošača preferira Malvaziju, koju preferiraju u regijama Istra, Primorje, Gorski Kotar te Dalmacija (70%)
 - Plavac preferira je 42% ispitanika, a sklonija mu je starija populacija od 50+ (62%) te potrošači iz Dalmacije (56%)
6. Ovim istraživanjem zabilježeni su i zabrinjavajući pokazatelji vinske kulture u Hrvatskoj koji ukazuju i na prostor za napredak kroz adresiranje i rješavanje tog problema. Ključni problemi su:
 - Bijelo vino se u 51% slučajeva miješa s mineralnom vodom ili nečim drugim
 - Crno vino 33% potrošača miješa sa kolom ili vodom

Stručni komentari na rezultate istraživanja

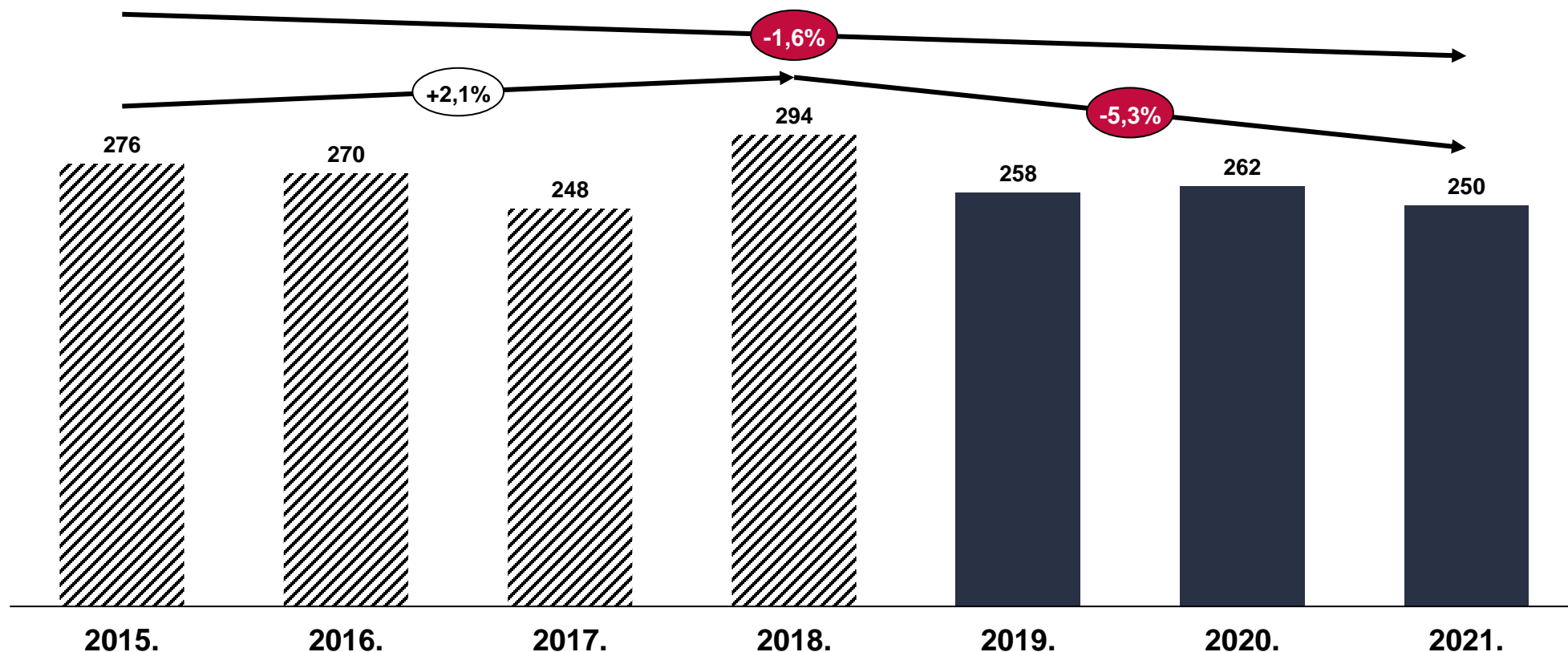
- „Moglo bi se zaključiti kako na svjetskom tržištu vina dolazi do zaoštavanja konkurentske borbe, s jedne strane između vina i drugih izravnih i neizravnih konkurentskih pića i napitaka a što rezultati istraživanja to potvrđuju, te između proizvođača i ponuđača vina međusobno. Ovo se posljednje osobito odnosi na konkurenciju vina između tradicionalnih proizvođača i novo razvijajućih tržišta vina. Pad u 2021. godini od -13% je većinski uzrokovan padom u EU državama, dok su zemlje novog vinskog svijeta ostvarile rast proizvodnje od 19% odnosno očito svojim poslovnim modelom osigurale daljnji rast. Rezultat svega navedenog je pad cijena na svjetskom tržištu vina. Tržište vina EU ima skoro identične pojave, ali je još uvijek nedvojbeno vodeći svjetski proizvođač, potrošač, izvoznik i uvoznik vina. Svakako treba napomenuti da je njihova kvaliteta vina neupitna i prepoznatljiva u svjetskim razmjerima.”
Emanuel Tutek, Partner BlueRock Consulting
- „U Hrvatskoj se tržišni udio vina smanjuje od 2015. godine, a uslijed pada konzumacije alkohola u pandemiji, vino je zadržalo udio na 25%. Hrvatska je najveći uvoznik vina u regiji, a uvoz predstavlja 27% tržišta vina. Međutim, 76%, odnosno 79% potrošača i dalje preferira vina hrvatskog porijekla. Svaki peti potrošač u RH je sklon stranim vinima. Istraživanje je ukazalo na specifične preferencije i sklonost stranim vinima pojedinih segmenta potrošača. Upravo će bolje razumijevanje potrošača i prilagodba promjenama njihovih preferencija biti ključ uspjeha ili preživljavanja u ovoj vrlo izazovnoj industriji s negativnim makro trendovima.” **Senka Brajović, Partner Agencija Improve Research & Analytics**
- „Iz dobivenih rezultata ovog istraživanja može se zaključiti, da proizvođači RH moraju značajno poboljšati svoju konkurentnost, kako na domaćem, tako i na međunarodnom tržištu. To ne pretpostavlja samo nastavak napora na usklađivanju ponude i potražnje, ubrzanju stope obnove vinograda i racionalizacije strukture proizvodnje, već i modernizaciju tehnologije proizvodnje vina na svim razinama. Navedeno podrazumijeva zajedničku kako nacionalnu tako i regionalnu marketinšku strategiju.” **dr.sc. Đuro Horvat, Profesor i konzultant**
- „Rezultati dobivenih od potrošača u ovom istraživanju, nameću žurnost otvaranja procesa stvaranja vjernosti potrošača kroz evolucijske faze upoznavanja potrošača i njihovih očekivanja, emocionalne faze tj. faze razumijevanja, promatranja i analiziranja potrošača jer cilj je stvoriti odnos između potrošača vina i subjekta ponude te postići vjernost a preduvjet je da zadovoljstvo bude recipročno i na visokoj razini. Vjerni potrošač vina će kupiti marku vina kojoj je vjeran, jer to je za njega “vrijednost za novac”, kupnja vina je daleko više emocionalna negoli racionalna. Dakle, iz rezultata ovog istraživanja da se zaključiti da je potrebno potrošače vina educirati i značajno unaprijediti vinsku kulturu. Poražavajuće je da se bijelo vino u 51% slučajeva miješa s mineralnom vodom ili nečim drugim, a crno vino 33% potrošača miješa sa kolom ili vodom.” **dr.sc. Đuro Horvat, Profesor i konzultant**

Opis istraživanja

- U cilju boljeg razumijevanja preferencija i navika potrošača vina u Hrvatskoj, proveli smo istraživanje u kojem smo željeli saznati:
 - **Na koji se način najčešće piju vina?**
 - **Koje su omiljene sorte vina?**
 - **Preferiraju li potrošači hrvatska ili strana vina?**
 - **Koliko često i u kojem cjenovnom rangu se vina kupuju?**
- Istraživanje je provedeno metodom online ankete, a konzumenti vina regrutirani su iz ImproveOnline panela.
- Uzorak je nacionalno reprezentativni (po dobi, spolu i regijama) za online populaciju u dobi od 18 do 75 godina
- Ukupna veličina uzorka je 328 ispitanika, a među njima je bilo 218 konzumenata crnih ili bijelih vina (piju barem jednom mjesečno).
- Anketiranje je provedeno u periodu od 3.11. do 10.11.2021.godine

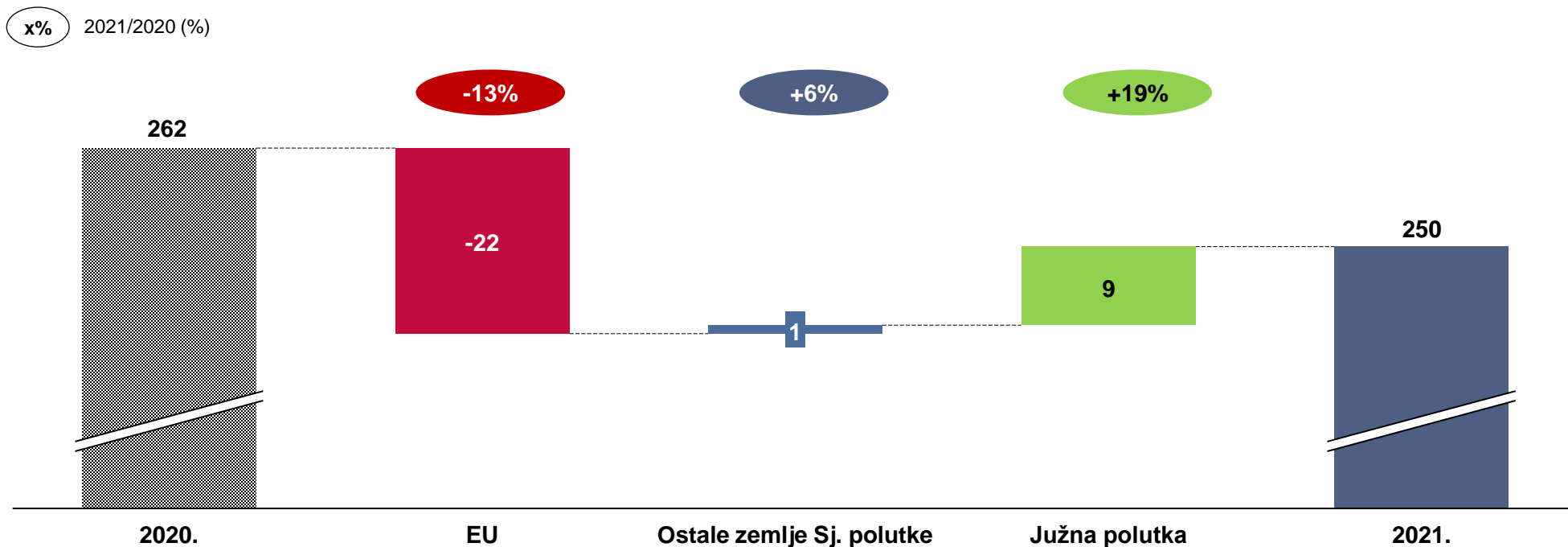
Proizvodnja vina u svijetu je u kontinuiranom padu od -1,6%, a posebno u razdoblju 2018. – 2021. sa padom od -5,3%

Globalna proizvodnja vina 2015. – 2021p. (mil. hL)



Najveći pad od -13% u proizvodnji vina je u Europi od 2020. – 2021.

Promjena u globalnoj proizvodnji vina, 2020. – 2021. (mil. hL)²



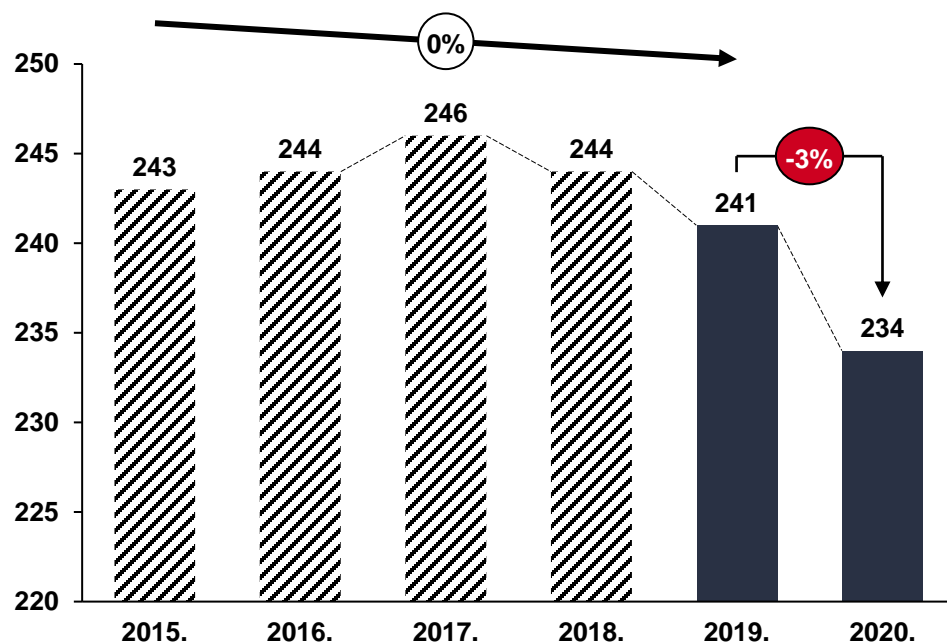
- Pad u 2021. godini od -13% je većinski uzrokovan padom u EU državama, dok su non-EU države imale rast od +6% od 2020. – 2021.
- Rast proizvodnje na južnoj polutci upućuje da su zemlje novog vinskog svijeta svojim poslovnim modelom osigurale daljnji rast

1) Podaci za 2021. godinu su preliminarni; 2) Južna polutka - Australija, Chile, Argentina, Brazil, Južna Afrika, Novi Zeland; Sjeverna polutka - EU, Ostale zemlje polutke (SAD, Švicarska, Kina, Rusija itd.). 3) OIV report ne sadrži cjelokupnu sliku za Ostale zemlje polutke - rezultati za Ukrajinu i Kinu nisu objavljeni
Izvor: OIV, IMPROVE, BlueRock Consulting

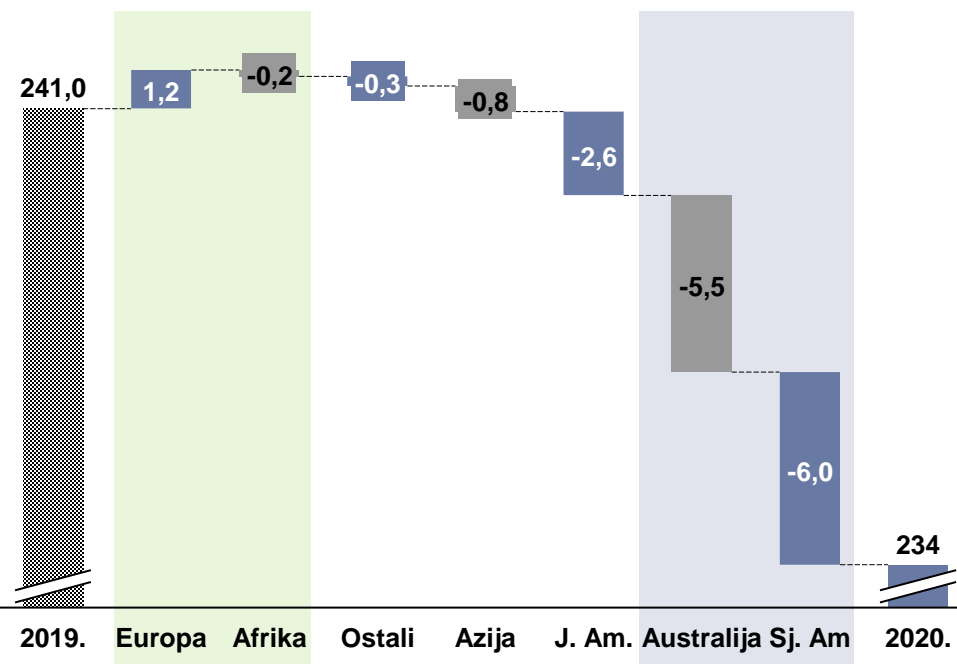
COVID-19 pandemija uzrokovala je pad potrošnje vina u svijetu

Pregled globalne potrošnje vina, mil. hL¹

Svjetska potrošnja vina, 2015. – 2020.



Promjena u globalnoj potrošnji vina, 2019. – 2020.²



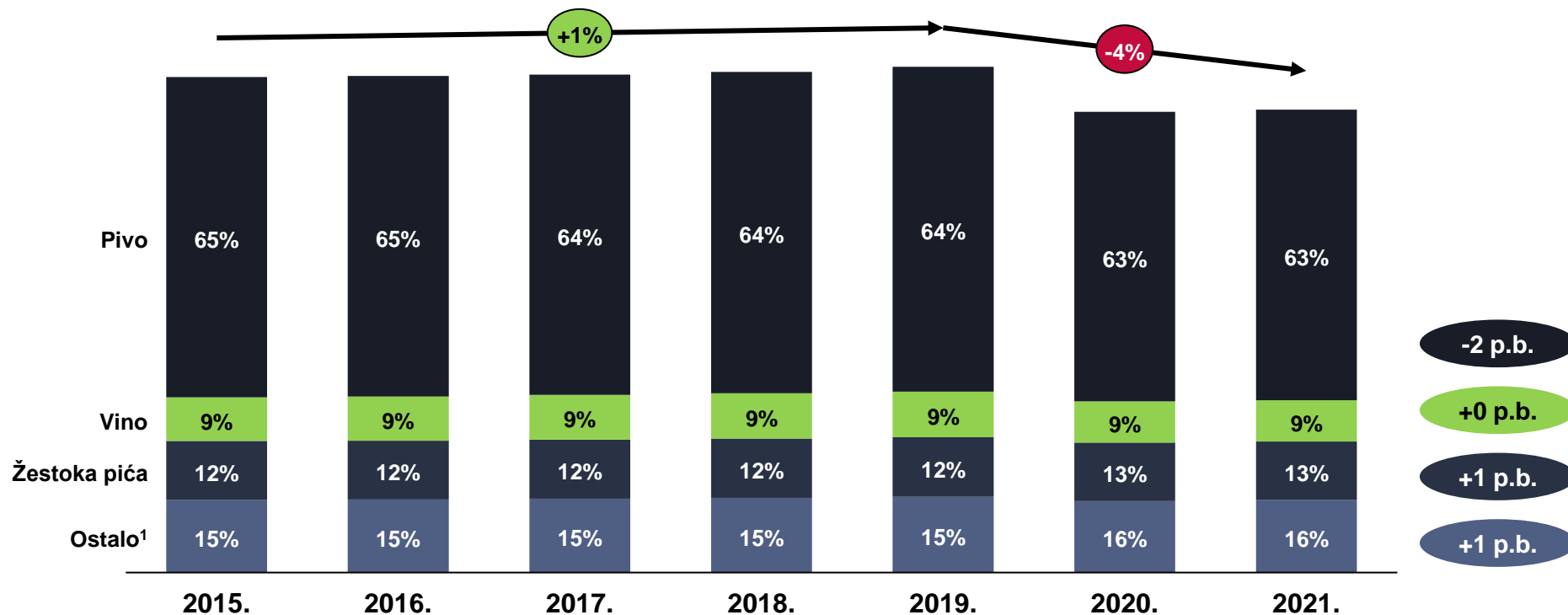
COVID-19 pandemija značajnije se pozitivno odrazila na konzumaciju u Europi i Africi, dok Australija i Sjeverna Amerika bilježe najveći negativan trend u konzumaciji vina u odnosu na isto razdoblje prošle godine

1) 2020. godina je uzeta u obzir zbog nedostupnosti objavljenih podataka za 2021. godinu; 2) Zemlje uzete u obzir su samo one čija je prosječna godišnja potrošnja veća od 2 MhL

Izvor: OIV, IMPROVE, BlueRock Consulting

U odnosu na konkurentna pića, vino je zadržalo udio od 9%

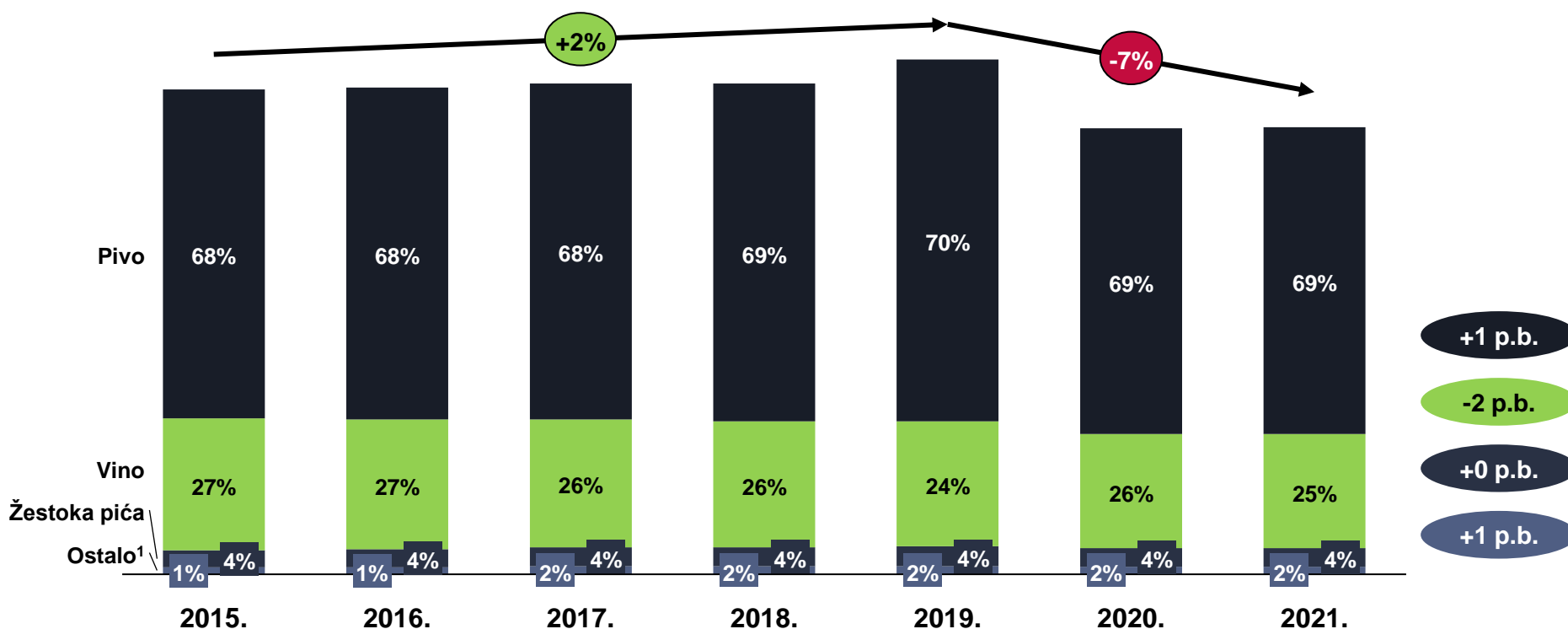
Struktura globalnog tržišta alkoholnih pića po volumenu u %, 2015. – 2021.¹



1) Ostalo uključuje cidere, perry i rižino vino 2) Postotci iskazani na osnovu volumena potrošnje po litru 3) Podaci za 2021. godinu su preliminarni
Izvor: Statista, BlueRock Consulting

U Hrvatskoj se tržišni udio vina smanjuje od 2015. godine, a uslijed pada konzumacije alkohola u pandemiji, vino je zadržalo udio na 25%

Struktura hrvatskog tržišta alkoholnih pića po volumenu u %, 2015. – 2021.¹



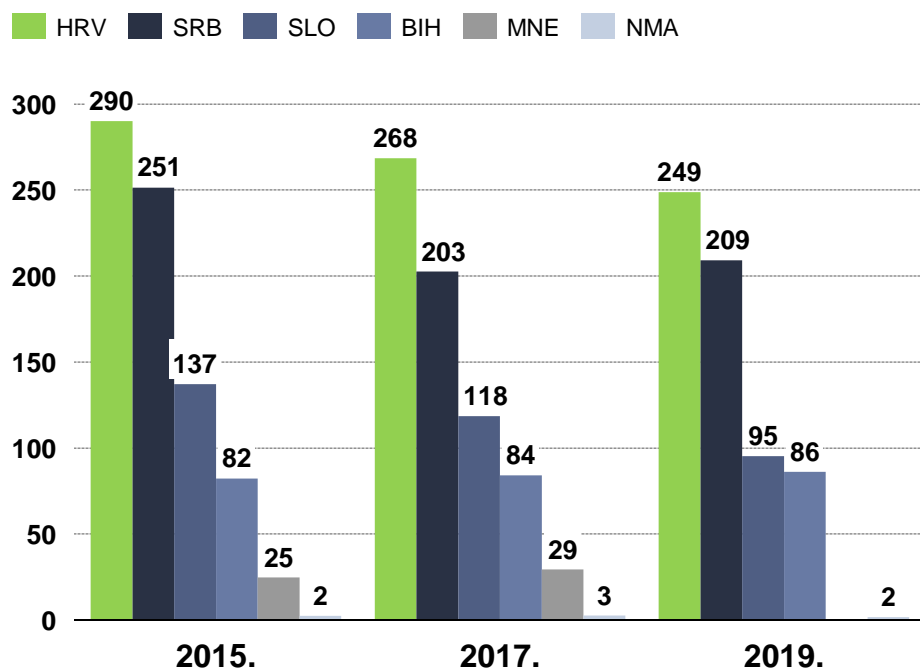
Pandemija COVID-19 je pokazala opadajući trend konzumacije alkoholnih pića od -7% CAGR od 2019. – 2021.

1) Ostalo uključuje cidere, perry i rižino vino 2) Postotci iskazani na osnovu volumena potrošnje po litru 3) Podaci za 2021. godinu su preliminarni
Izvor: Statista, BlueRock Consulting

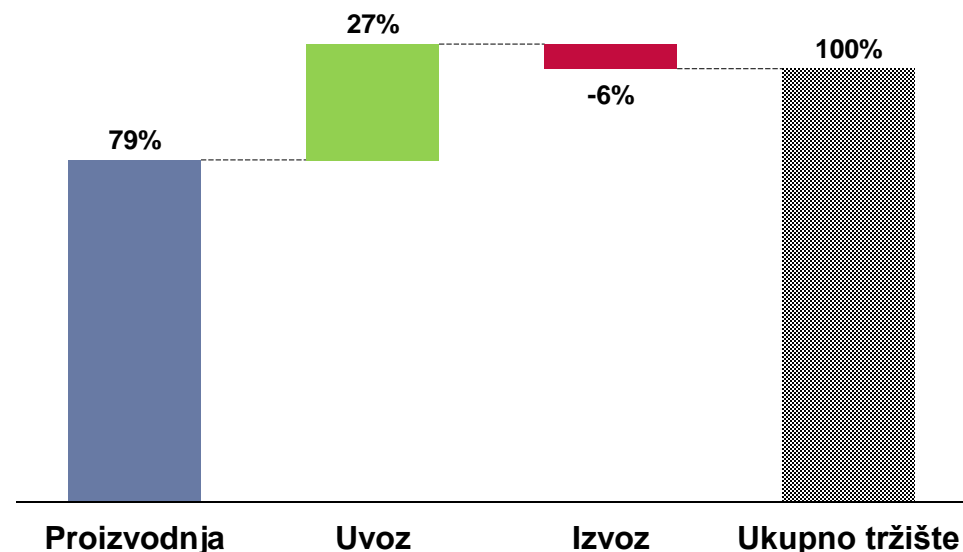
Hrvatska je najveći uvoznik vina u regiji, a uvoz predstavlja 27% tržišta vina

Volumen uvoza vina po državama 2015. – 2019. (tis. hL)

Hrvatski uvoz vina u periodu 2015. – 2019.



Hrvatsko tržište vina, 2019.

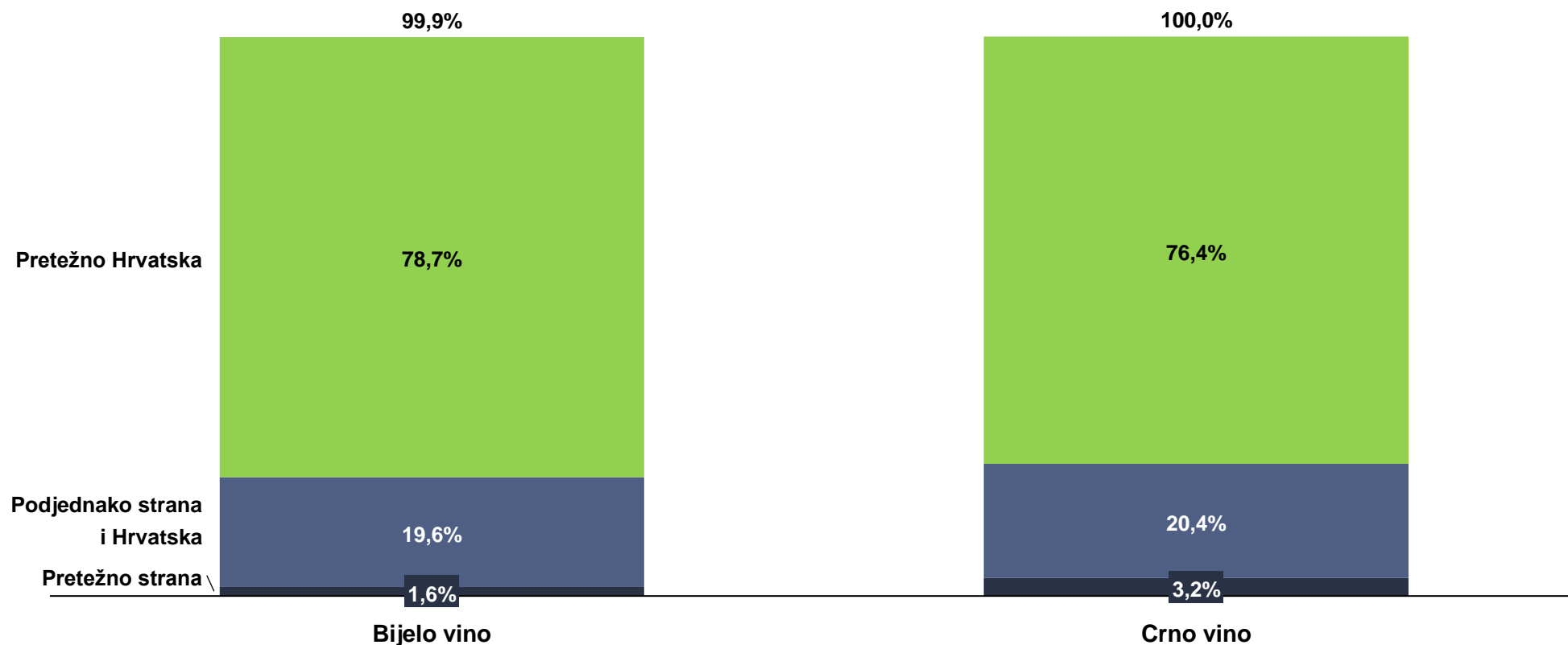


Hrvatska je lider u uvozu vina u usporedbi sa zemljama regije

Međutim, 76,4%, odnosno 78,7% potrošača i dalje preferira vina hrvatskog porijekla

Preferirano porijeklo bijelih i crnih vina Hrvatskih potrošača (%)

Pitanje: *Koje vrste bijelog vina najradije pijete?*

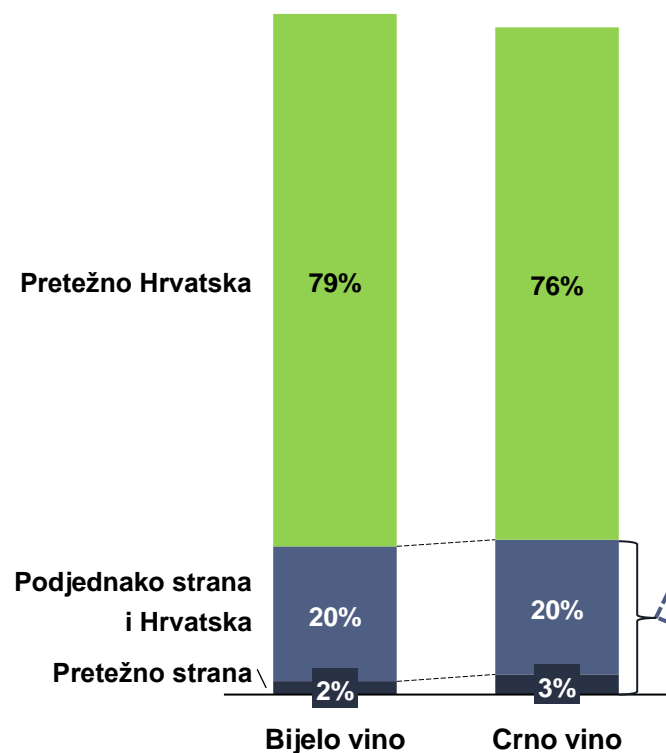


Dok je svaki peti potrošač sklon stranim vinima

Profil potrošača i razlozi odabira stranih vina

Analiza preferiranog porijekla bijelih i crnih vina (%)

Pitanje: *Kada su u pitanju bijela/crna vina, pijete li?*



Profil potrošača koji preferiraju strana vina



- **Žene** (29% pije strana bijela vina)
- **Mladi do 35 godina** (29% pije strana bijela vina, 32% strana crna vina)
- **Stanovnici Zagreba i okolice te Sjeverne Hrvatske** (među konzumentima bijelih vina oko trećine pije strana vina; slično je i sa crnim vinima)

Razlozi odabira stranih vina

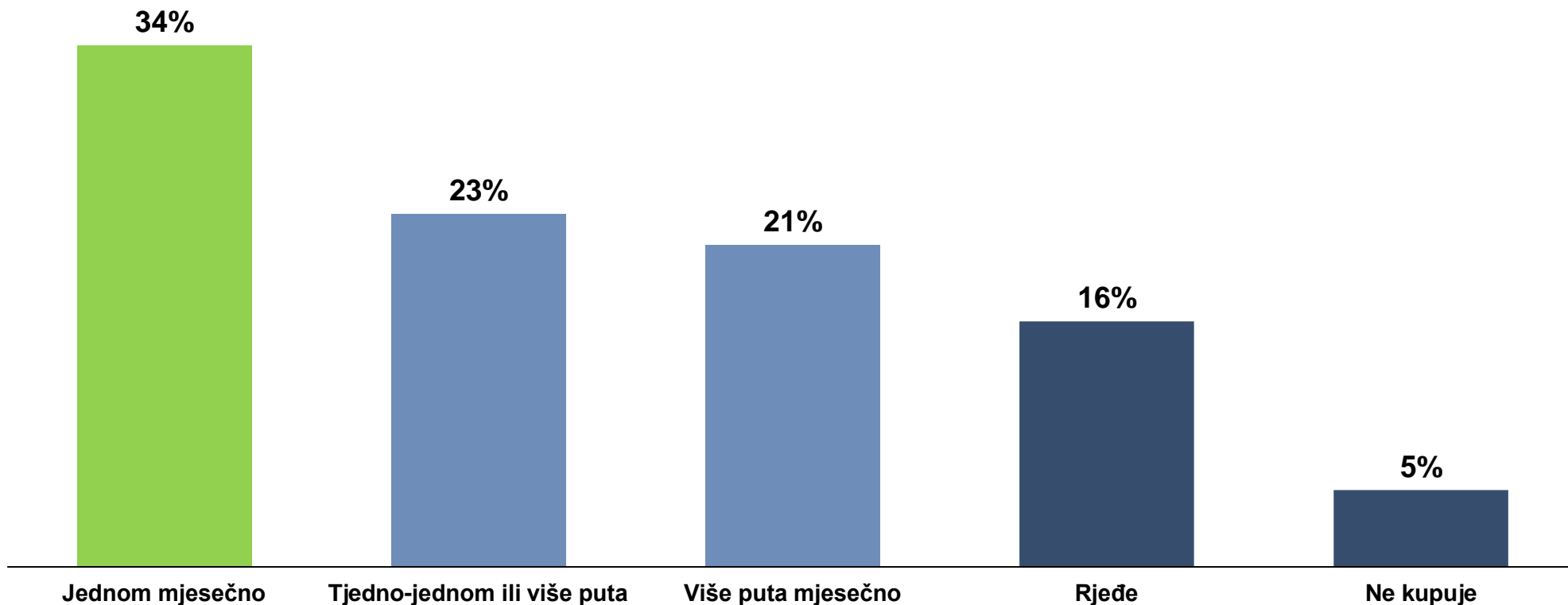


- **Znatizelja**, žele probati nešto novo
- **Niže cijene**, bolja vrijednost za novac
- **Atraktivniji izgled**, etiketa
- **Lakša su**, pitkija

Učestalost kupovine varira, a najveći udio potrošača (34%) kupuje vino jednom mjesečno

Učestalost kupovine vina hrvatskih potrošača, (%)

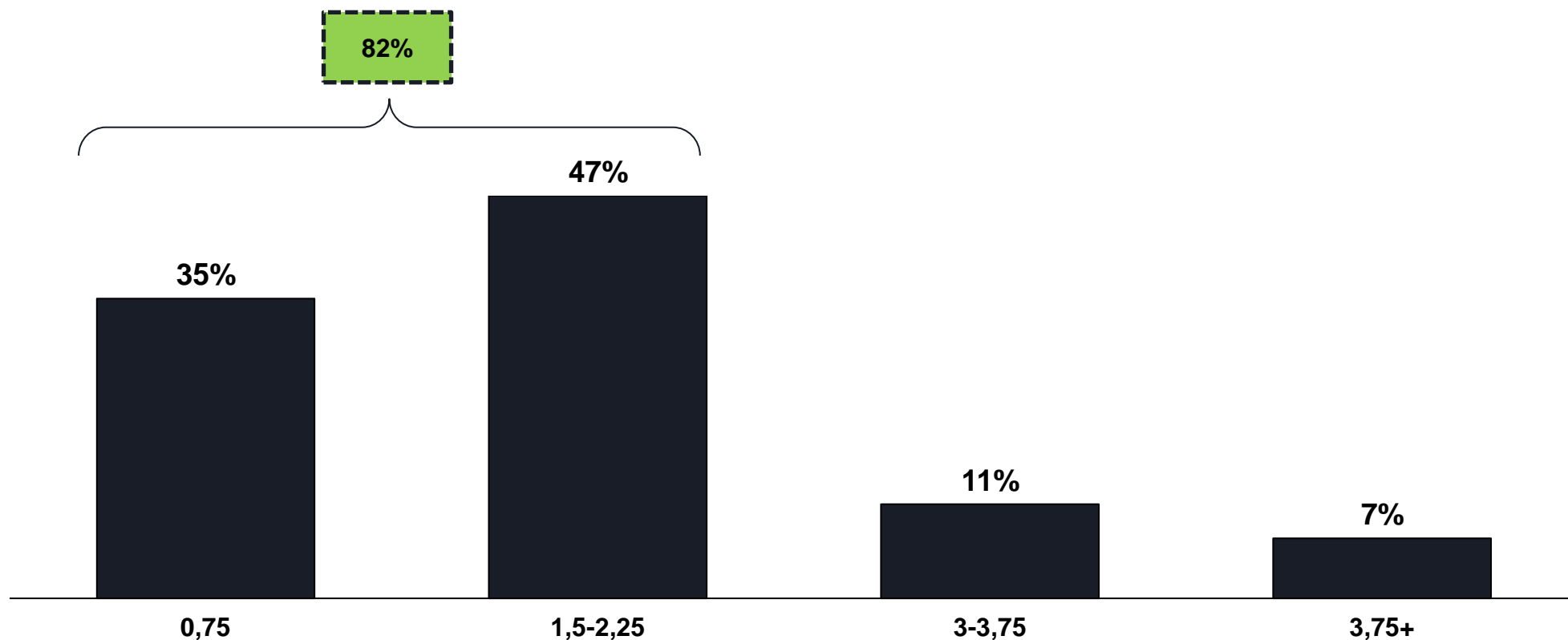
Pitanje: *Otprilike koliko često je Vaše kućanstvo kupovalo vino na nekom od prodajnih mjesta (trgovina namirnicama, vinoteka) u zadnjih mjesec ili dva?*



82% potrošača kupuje do 2,25 litre vina u jednoj kupovini

Minimalne količine kupnje vina po posjetu trgovini, (lit.)

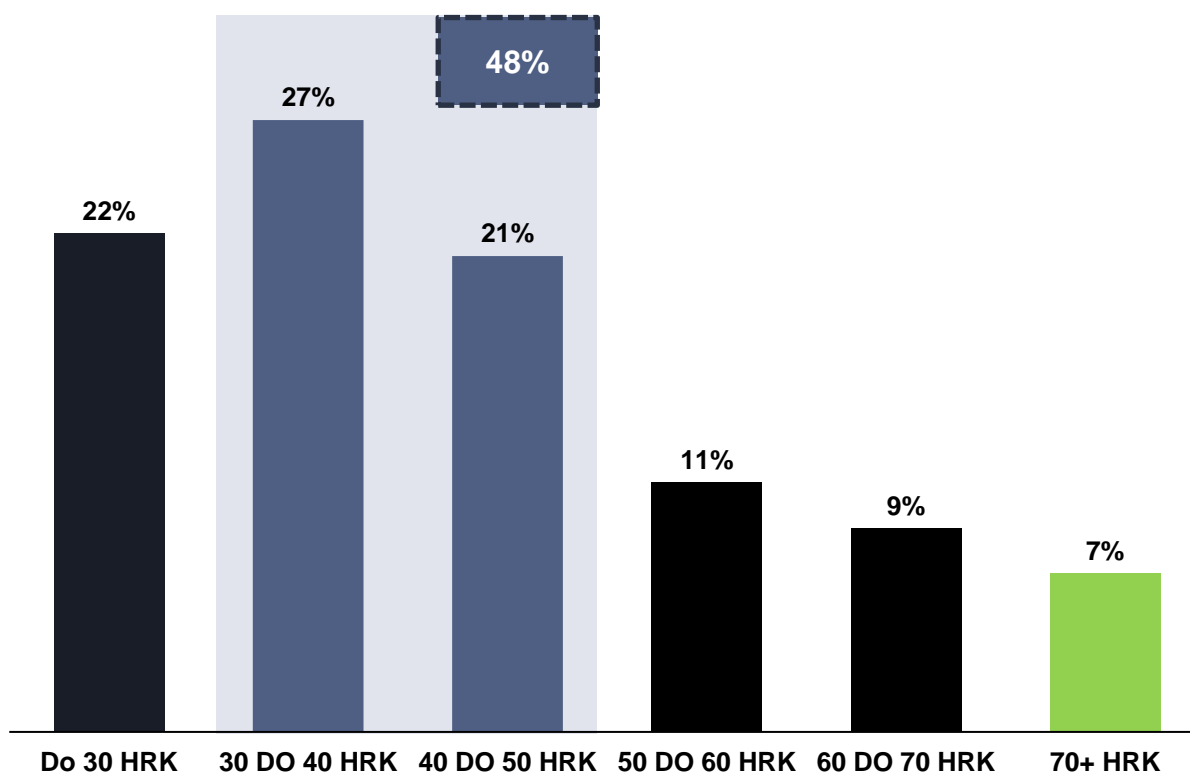
Pitanje: *Koju količinu vina ste u pravilu kupovali pri jednoj kupovini?*



Hrvatski potrošači su orijentirani prema jeftinim vinima i segmentu vrijednosti za novac

Prosječna cijena boce ili butelje po kupnji, (HRK)

Pitanje: *Kolika je cijena boce ili butelje vina koju najčešće kupujete?*

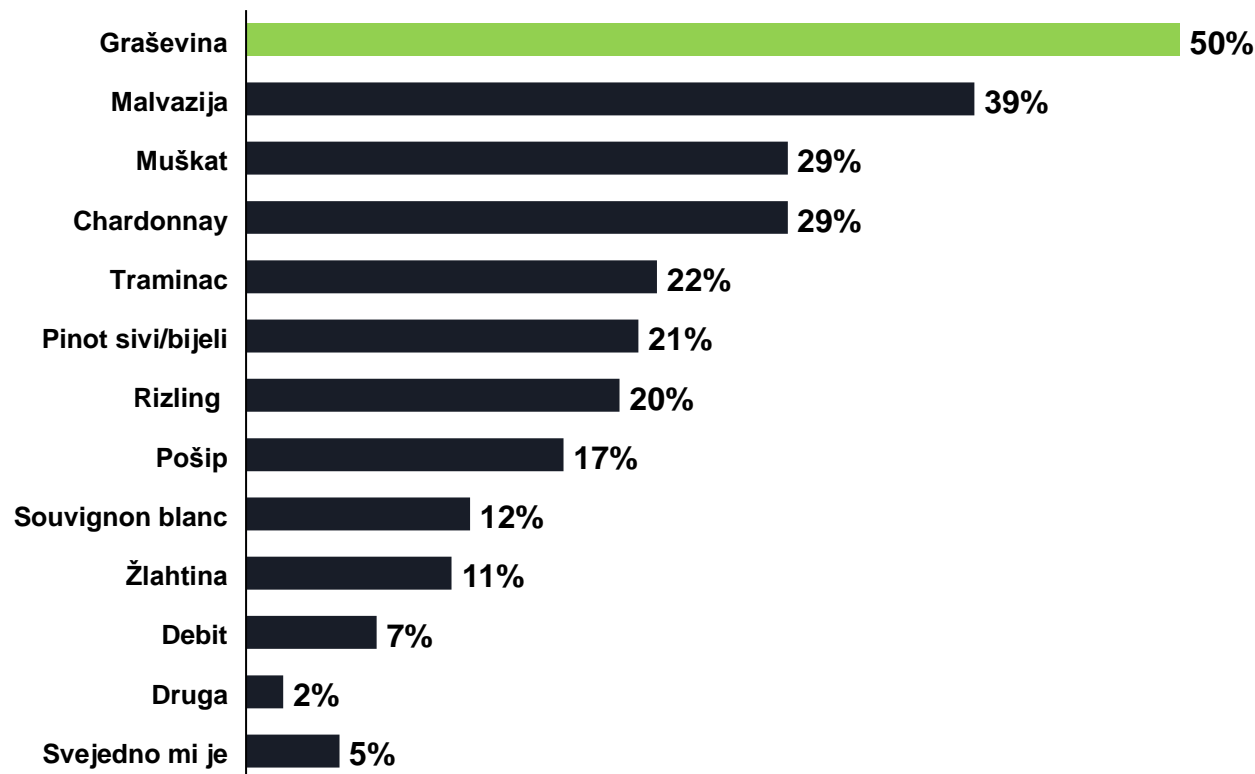


- **22% potrošača u Hrvatskoj bira vina do 30 HRK** koja većinski služe za miješanje s mineralnom ili drugim pićima
- **Najdominantniji cjenovni segment je od 30 do 50 HRK za 48% ispitanika**
- **Samo 7% ispitanika bira vina visoke dodane vrijednosti** koja su u cjenovnom rangu od 70+ HRK

Preferirana bijela sorta primarno je Graševina (50%)

Preferirane sorte bijelih vina u Hrvatskoj, (%)

Pitanje: *Koje vrste bijelog vina najradije pijete?*

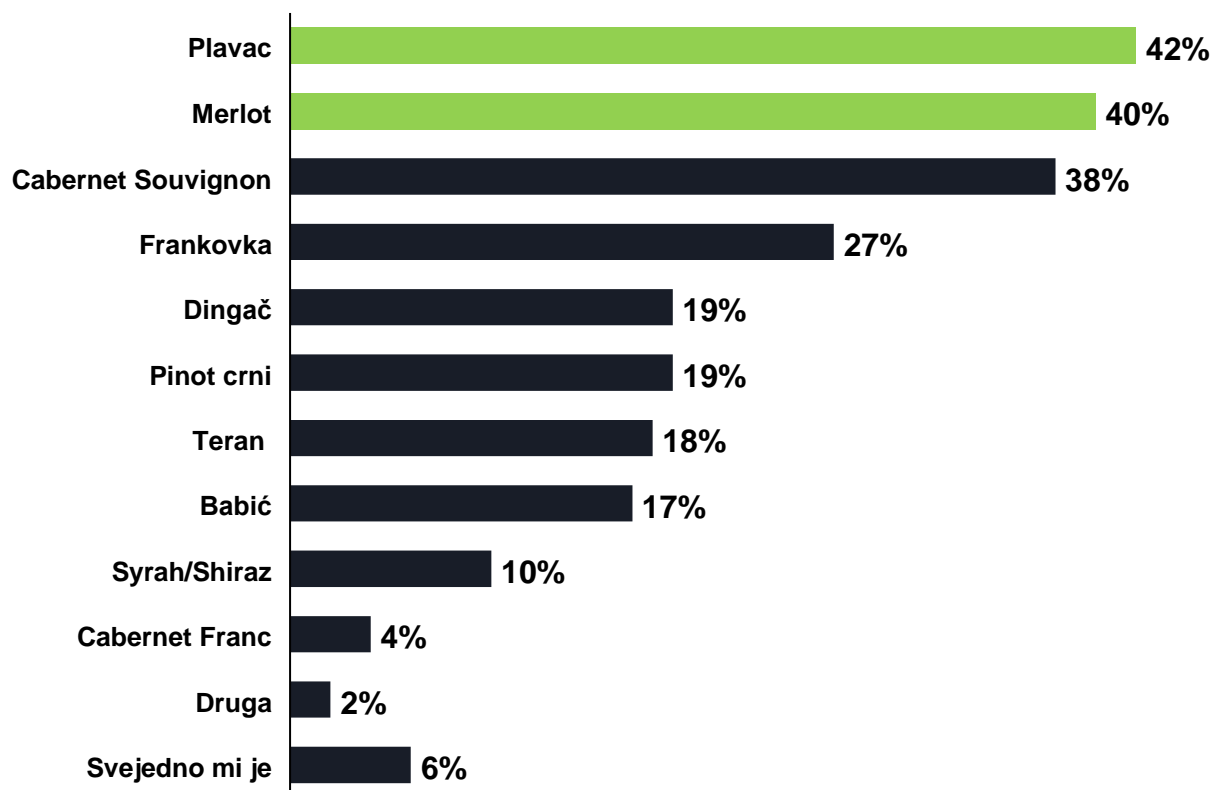


- **50% potrošača preferira Graševinu** koja je identificirana kao ključna bijela sorta, a najviše se pije u **Slavoniji (69%)**
- **39% potrošača preferira Malvaziju**, koju preferiraju u regijama Istra, Primorje, Gorski Kotar te Dalmacija (70%)
- **Muškat rado pije 29% potrošača** a sklonije su mu žene (38%)

Plavac i Merlot su ključne crne sorte preferirane od potrošača

Preferirane sorte crnih vina u Hrvatskoj, (%)

Pitanje: *Koje vrste crnog vina najradije pijete?*

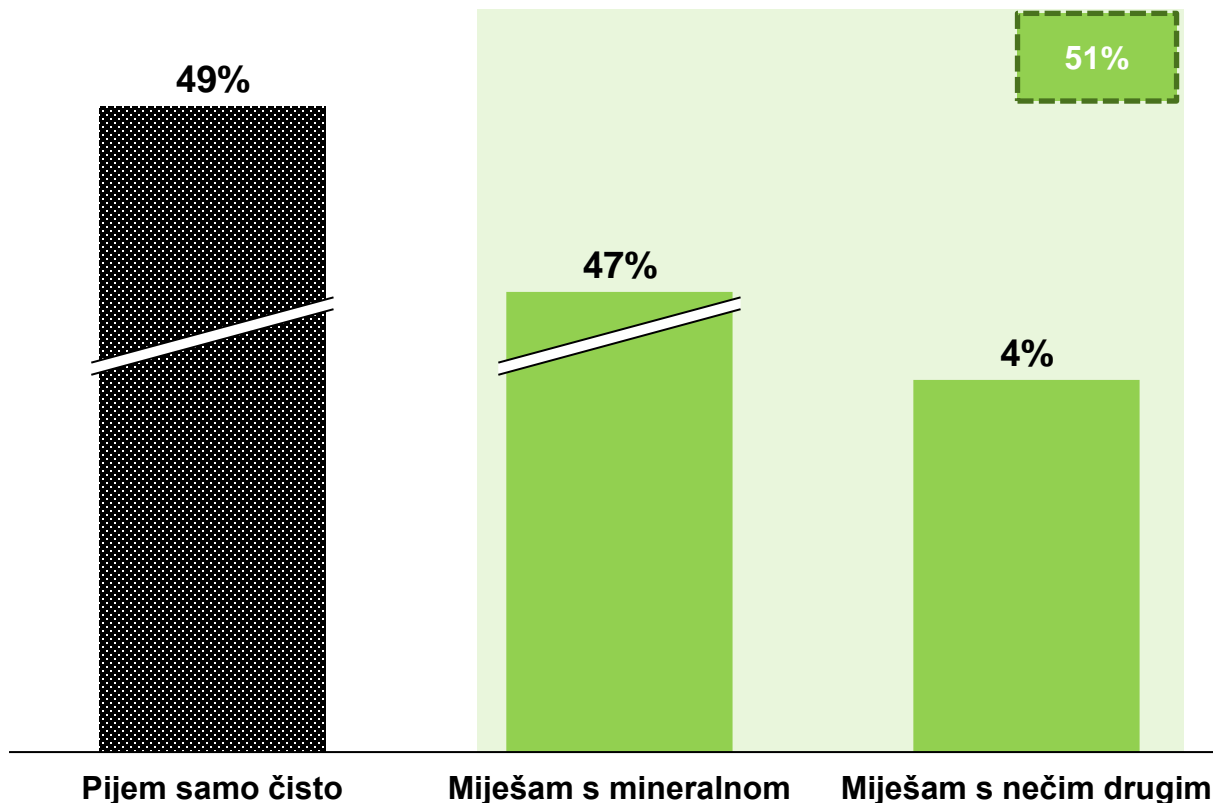


- **Plavac preferira 42% ispitanika, a sklonija mu je starija populacija od 50+ (62%) te potrošači iz Dalmacije (56%)**
- **I Babić više od prosjeka preferiraju stariji potrošači (27%)**
- **Frankovka je ključna sorta zastupljena u Slavoniji (47%), dok je Dingač više od prosjeka preferiran od potrošača iz Dalmacije (33%)**
- **19% potrošača preferira Pinot crni, a skloniji su mu mladi do 34 godine (36%)**

Bijelo vino se u 51% slučajeva miješa s mineralnom ili nečim drugim

Načini ispijanja bijelih vina potrošača u Hrvatskoj, (%)

Pitanje: Na koji način najčešće pijete bijelo vino?

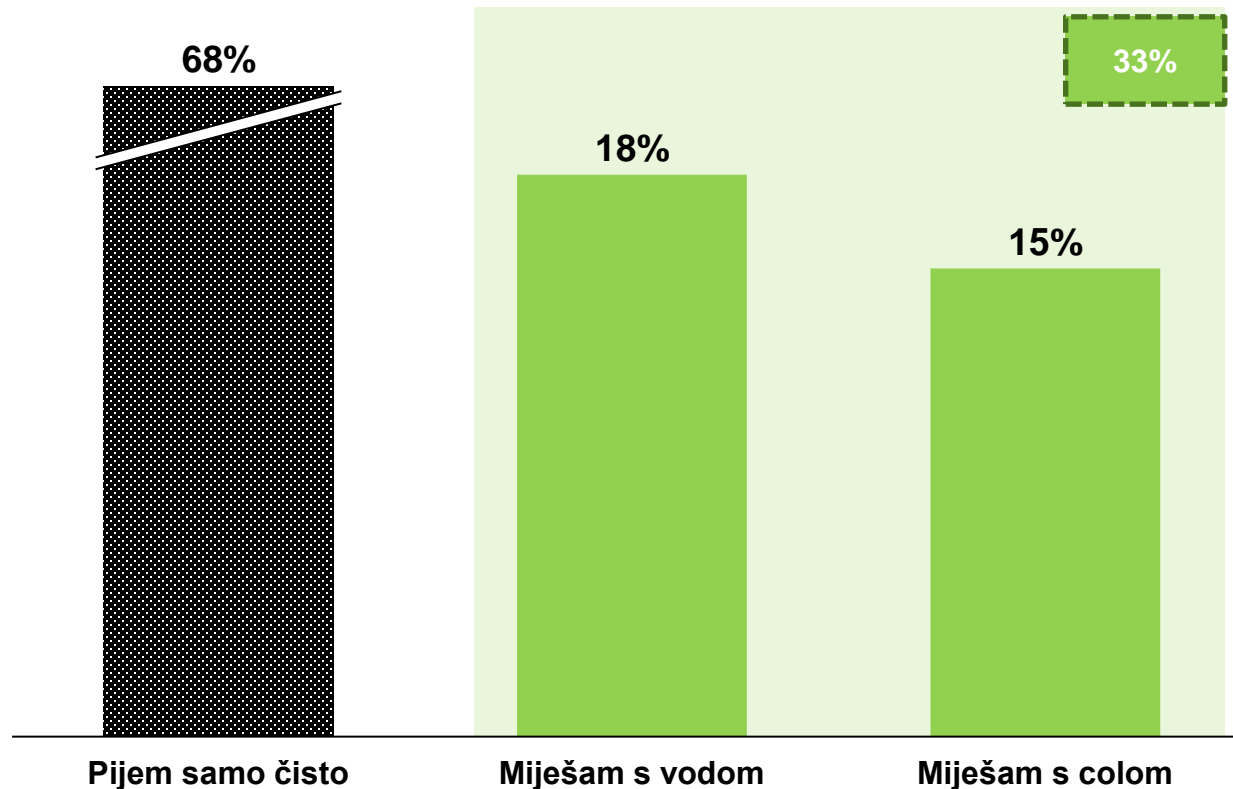


- **Ukupno 51% potrošača u Hrvatskoj pije bijelo vino u kombinaciji s mineralnom ili nečim drugim**
- Potrošači koji potražuju vina za miješanje većinski su **orijentirani prema vinima niže kvalitete i niže cijene** (77% najčešće kupuje vina cijene do 50 kn)
- **49% ispitanika pije samo čisto bijelo** i otvoreniji su za kvalitetnija vina

33% potrošača u Hrvatskoj miješa crna vina sa colom ili vodom

Načini ispijanja crnih vina potrošača u Hrvatskoj, (%)

Pitanje: Na koji način najčešće pijete crno vino?



- 18% potrošača miješa crno vino sa vodom, dok 15% potrošača u Hrvatskoj miješa crno vino sa Colom pri ispijanju
- 33% potrošača koji miješaju crna vina većinski potražuju **jeftinija i niže kvalitetna crna vina**
- **68% ispitanika pije čisto crno vino** te je orijentirano prema višoj kvaliteti pri ispijanju

Odricanje od odgovornosti

Ovaj izvještaj je rezultat zajedničke inicijative zagrebačkog ureda konzultantske kuće BlueRock Consulting i IMPROVE agencije za istraživanje i analitiku. Istraživanje je provedeno s ciljem upoznavanja preferencija i navika konzumacije i kupovine vina. Nadamo se da će naša inicijativa biti objektivan kompas za donošenje odluka ključnim dionicima u vinskoj industriji, u kojoj smatramo da je vrijeme/prilika za snažnije strateške zaokrete u Hrvatskoj.

Istraživanje je provedeno metodom online ankete, a konzumenti vina su regrutirani iz ImproveOnline panela. Uzorak je evaluiran kao nacionalno reprezentativan (po dobi, spolu, i regijama) za online populaciju, u dobi od 18 do 75 godina. Ukupna veličina uzorka je 328 ispitanika, među kojima je bilo 218 konzumenata crnih i bijelih vina (piju barem jednom mjesečno). Anketiranje je provedeno u periodu od 3.11. do 10.11.2021. godine.

BlueRock Consulting i IMPROVE agencija za istraživanje ne preuzimaju nikakvu odgovornost prema bilo kome drugome ili za bilo koju drugu svrhu u vezi s ovim izvještajem. Spremni smo staviti na raspolaganje kopiju ovog dokumenta potencijalnim zainteresiranim stranama, samo pod uvjetom da prihvaćaju da nemamo odgovornosti ili bilo kakve obveze prema njima u svezi ovog izvještaja. U slučaju da se kopija ovog izvještaja daje na korištenje bilo kojoj trećoj strani, te će treće strane primiti ovaj izvještaj samo za potrebe vlastitog informiranja, a bilo kakvo citiranje ili daljnja distribucija ovog izvještaja ili njegovih dijelova dopuštena je isključivo uz prethodnu pisanu suglasnost autora ovog izvještaja.

BlueRock
Consulting

Andrej Šimatić
Partner, Zagreb
asimatic@bluerockcompany.com

Emanuel Tutek
Partner, Zagreb
etutek@bluerockcompany.com

<http://bluerockcompany.com/>

IMPROVE
RESEARCH ANALYTICS CONSULTING

Senka Brajović
Istraživač tržišta, Zagreb
senka@improve.com.hr

Teo Barović
Partner, Zagreb
teo@improve.com.hr

<https://improve.com.hr>
