

Aan belanghebbenden

Circulaire nummer: 9495

Den Haag, 15 maart 2001

Betreft: Marktgegevens 2000

Geachte heer, mevrouw,

In deze circulaire wordt u op de hoogte gesteld van de resultaten van het marktonderzoek van het Productschap Wijn. Hierin zijn enkele gegevens weergegeven uit de marktonderzoeken "Continu Onderzoek Wijn 2000" van NFO Trendbox en "Wijn in retail - supermarkt en slijter" van ACNielsen.

De volledige rapporten kunt u bestellen via het bijgevoegde formulier in bijlage I van deze circulaire.

Voor u bestaat ook de mogelijkheid meer gedetailleerde informatie te verkrijgen door te participeren in het onderzoek van ACNielsen zoals dat nu ook voor participatie in het Continu Onderzoek Wijn van NFO Trendbox geldt. Bent u geïnteresseerd dan kunt u contact opnemen met het secretariaat van het Productschap Wijn.

Wijn in retail – supermarkt en slijter

ACNielsen registreert door scanning aankopen van wijn in de supermarkt en bij de slijter. Iedere fles wijn wordt in de supermarkt en bij de slijter gemeten op landen van herkomst en regio, kleur en soort wijnen zodat op een gedetailleerd niveau informatie kan worden verkregen. De verkopen van de supermarkt en slijter worden gemeten in volume en waarde van omzet en de gemiddelde consumentenprijs per standaard eenheid van 0,75 liter. In het levensmiddelenkanaal zijn de kwantiteiten uitgesplitst naar landen. De landen Frankrijk en Spanje zijn verder uitgesplitst naar enkele regio's. In het slijterkanaal zijn de kwantiteiten uitgesplitst naar landen.

In 2000 verliezen de 'traditionele' wijnlanden steeds meer aandeel ten gunste van de 'nieuwe' wijnlanden in de supermarkt en bij de slijter. Het totale volume van wijn in de supermarkt en bij de slijter bedroeg in 2000 197 miljoen liter. De gemiddelde aankoopprijs van een fles stille wijn bedraagt in de supermarkt f 5,62 en bij de slijter f 9,70. In Nederland koopt de consument voor thuisgebruik 81% van zijn stille wijn in de supermarkt en 16% bij de slijter.

In bijlage II zijn enkele grafieken uit het rapport "Wijn in retail – supermarkt en slijter" toegevoegd aan deze circulaire.

Supermarkt

De ontwikkeling van de stille wijnen in de supermarkt is met een aandeel van 80% bepalend voor de gehele groep wijn. Het volume van stille wijn nam in 2000 met 1% toe en de omzet nam met 5% toe. Doordat de gemiddelde prijs van een fles wijn uit de 'nieuwe' wijnlanden hoger is dan de wijn uit de traditionele landen is de omzetsijging hoger dan de volumestijging.

Het aandeel mousserende wijn is sterk teruggelopen ten opzichte van 1999 in verband met het millennium. Deze daling wordt grotendeels veroorzaakt door de sterke daling van de verkopen van Champagne. De verkopen van sherry en vermouth zijn wederom gedaald waarmee de trend van de afgelopen jaren wordt gecontinueerd.

Slijter

In 2000 zijn de verkopen van wijn bij de slijter voor het eerst gemeten. De slijter heeft 36,5 miljoen flessen wijn van 0,75 l verkocht met een omzet van 355 miljoen gulden. De belangrijkste conclusie van het eerste gemeten jaar is dat ook bij de slijter de 'nieuwe' wijnlanden een belangrijke positie innemen. Zuid-Afrika heeft een uitstekende positie en is na Frankrijk het tweede wijnland. Het volume aandeel van Frankrijk is 55%, daarna volgt Zuid-Afrika met een aandeel van 14% en de landen Spanje en Italië met aandelen van 6,6% en 6,3%.

Ten opzichte van de supermarkt heeft de slijter wijn uit meer verschillende landen in zijn assortiment. Dit verschil is echter niet groot. Het assortiment per land is bij de slijter wel uitgebreider.

Continu Onderzoek Wijn

Het Continu Onderzoek Wijn betreft kwalitatief marktonderzoek uitgevoerd door NFO Trendbox en meet consumentengedrag van personen in de leeftijd van 16 jaar en ouder. NFO Trendbox meet door middel van telefonische enquêtes de consumptie en aankoop van wijn. De jaarlijkse rapportage is gebaseerd op een landelijke representatieve steekproef onder circa 26.000 personen.

Het doel van dit onderzoek is op continu basis informatie in te winnen over

- de consumptie van wijn 'gisteren gedronken'
- de wijnaankopen op weekbasis (afgelopen 7 dagen).

Sinds 1984 wordt het Continu Onderzoek Wijn door NFO Trendbox uitgevoerd. Dit onderzoek is breed bekend in de sector zodat slechts een korte samenvatting van de huidige resultaten wordt gegeven.

Consumptie van wijn

In 2000 heeft 42% van de Nederlanders van 16 jaar en ouder dagelijks alcoholhoudende drank geconsumeerd. De totale alcoholconsumptie op dagbasis daalt licht. Van de consumenten dronk 15% op dagbasis wijn waarmee het percentage gelijk is gebleven aan 1999. De afname in consumptie van alcoholhoudende drank wordt niet veroorzaakt door wijn, maar is het gevolg van een daling in de consumptie van gedistilleerd, aperitieven en bier.

Rode wijn is het meest populair bij consumenten. Vrouwen gingen in het afgelopen jaar meer rosé drinken, maar ondanks dat blijft het aandeel rosé in de totale consumptie gering.

In de volgende tabel is de wijnconsumptie naar geslacht weergegeven.

Wijnconsumptie naar geslacht

	Totaal				Vrouwen				Mannen			
	'97	'98	'99	'00	'97	'98	'99	'00	'97	'98	'99	'00
Rode wijn	64%	65%	63%	66%	58%	60%	58%	61%	72%	72%	71%	73%
Witte wijn	40%	38%	39%	36%	44%	42%	44%	40%	33%	33%	31%	30%
Rosé wijn	1%	2%	2%	2%	2%	1%	2%	3%	1%	2%	2%	2%

Bron: NFO Trendbox

Wijnaankopen

In 2000 heeft 27% van de consumenten gedurende de afgelopen 7 dagen in Nederland één of meer flessen wijn gekocht. In 1996 was dit ook 27%, in 1997 was dit 30%, in 1998 en 1999 was dit 31%. Dit percentage geeft het aantal koopmomenten weer en niet het aantal gekochte flessen.

Het gemiddeld aantal gekochte flessen per week was in 1997 3,7 flessen, in 1998 3,6 flessen, in 1999 3,9 flessen en daalde in 2000 naar 3,5 flessen.

Als aankoopplaats van wijn meet NFO Trendbox in het Continu Onderzoek Wijn 2000 de supermarkt met 68%, de slijter met 25% en overige met 7%.

Tenslotte

De rapporten kunt u voor f 50,- (exclusief verzendkosten) bestellen door middel van het formulier in bijlage I. Er is gekozen voor de betaling via automatische afschrijving van het bedrag. Een automatische afschrijving kan pas plaatsvinden wanneer u daar zelf toestemming voor geeft. De machtiging is éénmalig en is alleen van toepassing voor de betaling van de rapporten.

Voor meer informatie over de marktonderzoeksresultaten van het Productschap Wijn kunt u contact opnemen met Mw. ir. M. Hovenkamp (070-3708435). U kunt ook informatie ten aanzien van marktgegevens op onze internetsite nalezen:

<http://www.wijninfo.nl/> onder Productschap Wijn, marktgegevens.

Met vriendelijke groet,

W.F. de Graaf
secretaris