

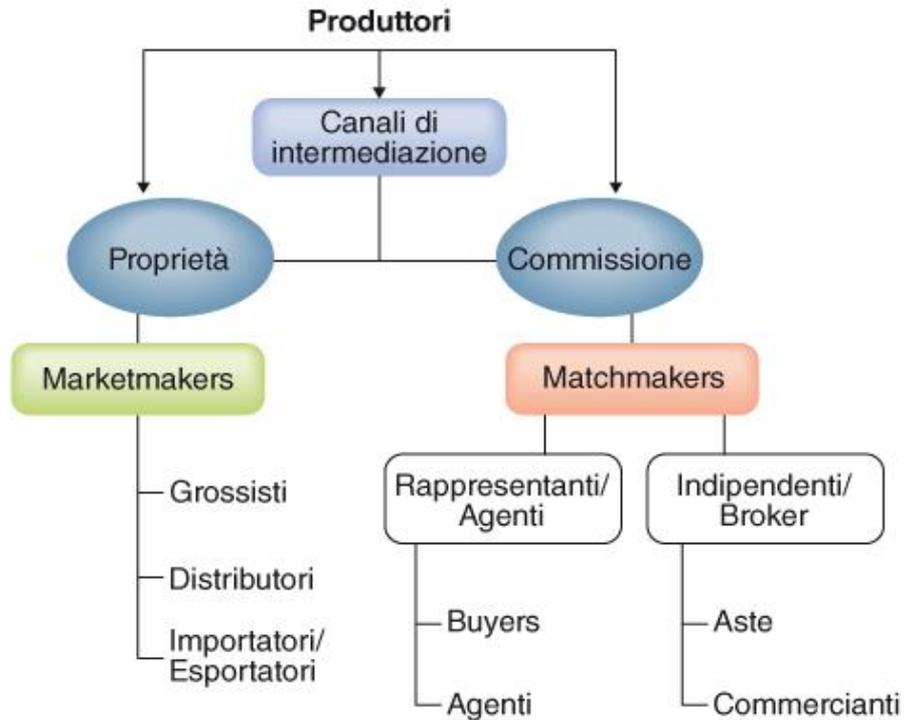
# La distribuzione

---

## I canali di distribuzione

- Un canale di distribuzione è l'insieme delle organizzazioni indipendenti che assumono le funzioni necessarie al trasferimento dei prodotti dal produttore al consumatore
- Gli operatori economici
  - Produttori
  - Grossisti
  - Dettaglianti

# I canali di distribuzione



**Figura 6.2**  
Gli attori dei canali di intermediazione.  
Fonte: schema tratto da Hall e Mitchell (2008).

# Il ruolo dei grossisti

## I grossisti

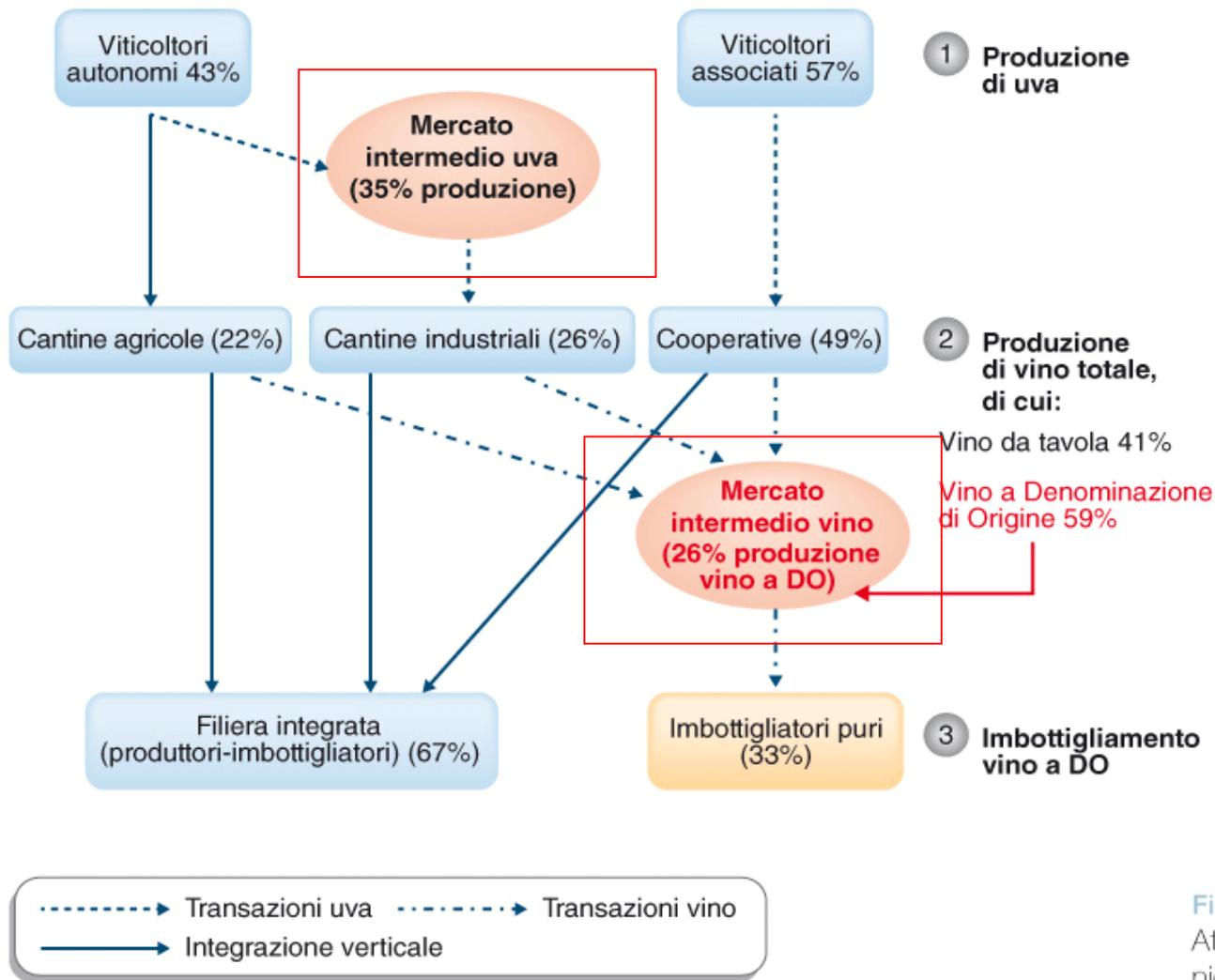
Costituiscono il legame tra agricoltura e industria/distribuzione, e tra industria e distribuzione/Ho.Re.Ca. (Hotel, Ristoranti, Catering).

1. acquistano le merci dai produttori (agricoli o industriali) per rivenderle ai dettaglianti,
2. assicurano i rapporti inter-industriali o tra agricoltura e industria.

L'attività di un grossista dunque può essere definita come un'attività volta a "lubrificare" il mercato e gli scambi:

- concentrando le partite di più fornitori (concentrazione),
- garantendo una funzione di finanziamento e di conservazione (stoccaggio),
- operando una selezione delle partite e una classificazione per gruppi omogenei (standardizzazione e assortimento)
- garantendo il rifornimento di altri operatori intermedi o finali.

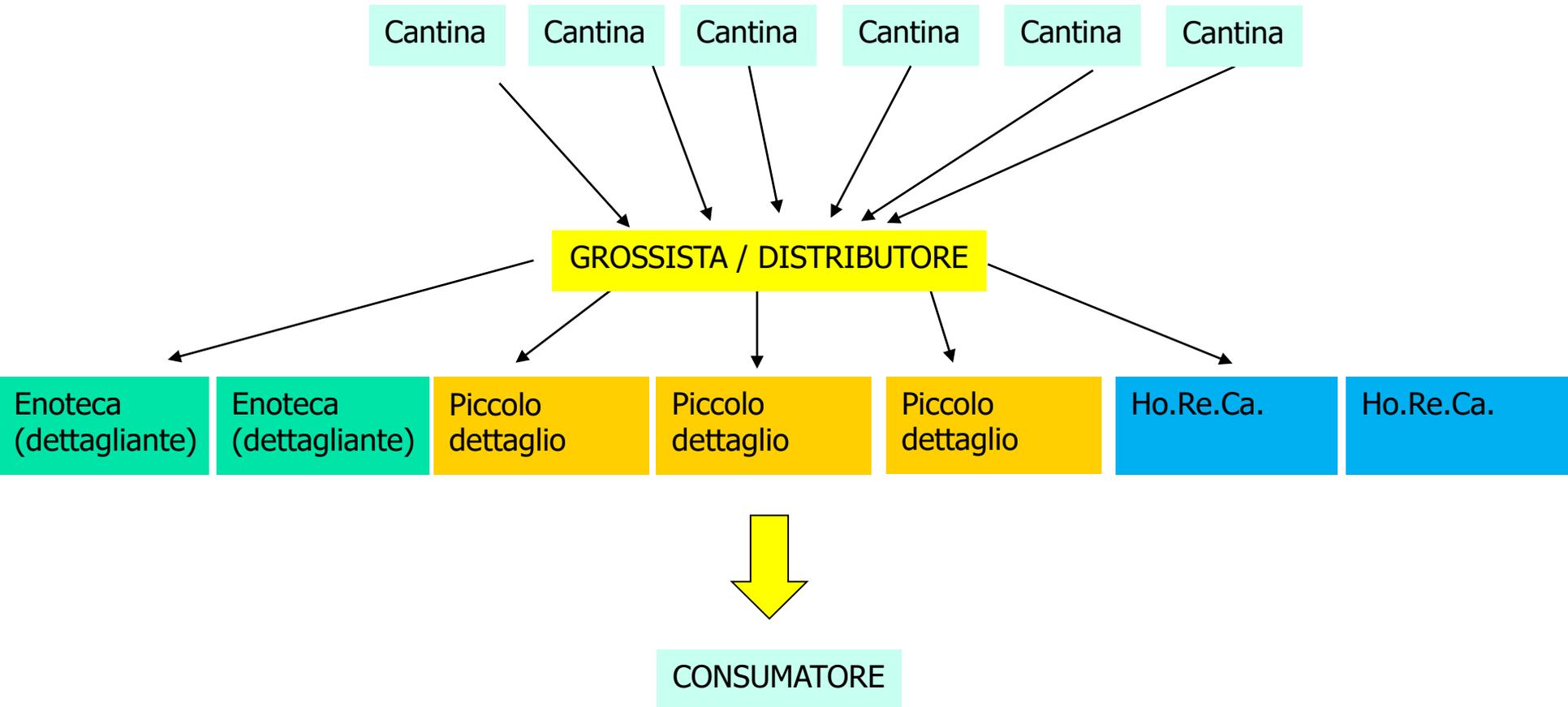
Il grossista non vende al consumatore finale



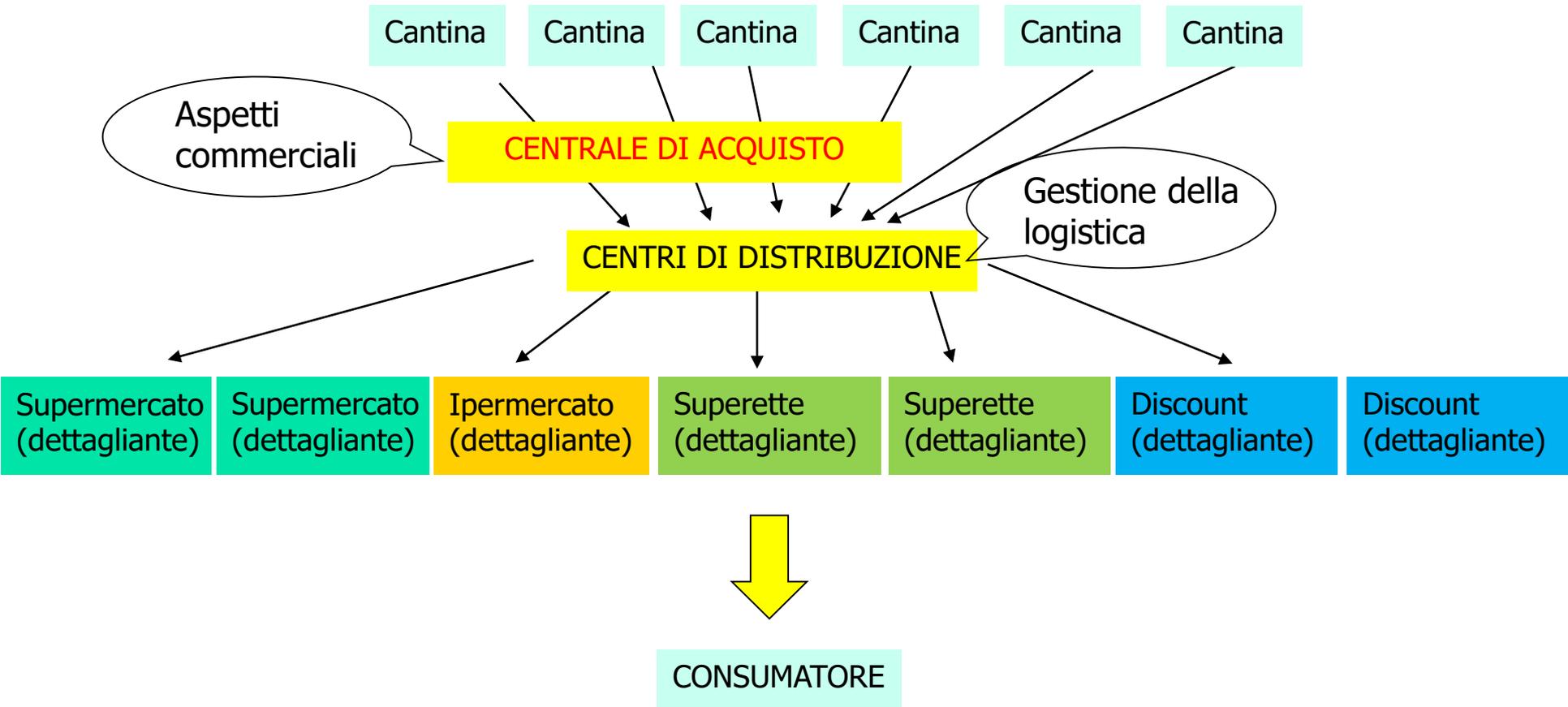
**Figura 3.1**

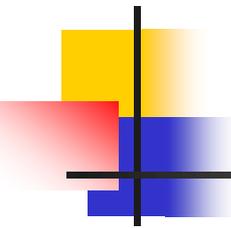
Attori e flussi della filiera vitivinicola in Italia.

# Il ruolo del grossista



# La Grande Distribuzione Organizzata



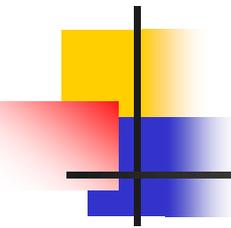


# I canali di distribuzione

---

## Tipologie di canali

- Lunghezza del canale = numero di soggetti che assicurano la funzione di intermediazione tra produttore e acquirente
  - Canale diretto (produttore / consumatore)
  - Canale corto (produttore / dettagliante / consumatore)
  - Canale lungo (produttore / grossista / dettagliante / consumatore)
- Un canale di distribuzione è efficiente quando permette di effettuare la consegna del prodotto nel momento e nel luogo desiderato dal cliente al minimo costo complessivo per l'organizzazione

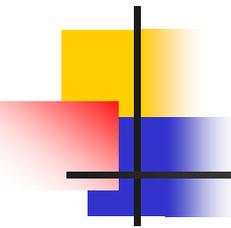


# I canali di distribuzione

---

## Le funzioni dei canali di distribuzione

- Spostamento nel tempo e nello spazio
- Assortimento (selezione e riordino, accumulo, ripartizione, rifornimento)
- Concentramento
- Gestione magazzino
- Trasporto
- Ricerca di marketing
  
- Economie di scala
- Economie di specializzazione
- Economie di tipo transazionale

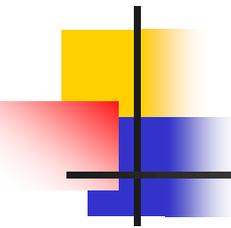


# I canali di distribuzione

---

## Logistica e supply chain

- Distribuzione «fisica»: movimentazione delle merci (organizzare il trasporto per muovere le merci in modo tempestivo e sicuro dal produttore al consumatore)
- Logistica: visione olistica del processo. Il coordinamento della supply chain per ottenere un flusso continuo dalle materie prime al consumatore.
- Logistica è centrale nel supply chain management. I trasporti e il magazzinaggio dei prodotti passaggi intermedi della supply chain.

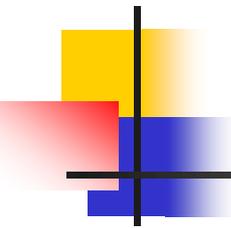


# I canali di distribuzione

---

## Elementi di gestione della logistica

- Trasferimento dei dati e trasparenza (tutti gli operatori coinvolti devono essere tenuti informati di ciò che sta accadendo alle merci)
- Coordinamento di valori e condivisione delle regole
- => Cooperazione tra gli operatori del canale di distribuzione
- => movimento «fluido» delle merci lungo il canale
- Importanza delle ITs (Information Technologies)

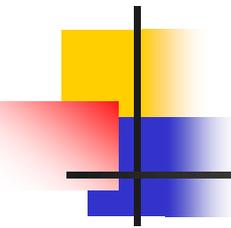


# I canali di distribuzione

---

## Elementi da tenere sotto controllo in un sistema logistico

- Livello di servizio al cliente
- Gestione degli ordini
- Comunicazione logistica
- Trasporto
- Immagazzinamento
- Inventario
- Packaging
- Movimentazione dei materiali
- Pianificazione della produzione
- Localizzazione dei magazzini e delle piattaforme logistiche

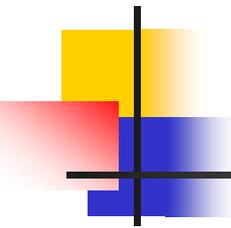


# I canali di distribuzione

---

## La scelta dei canali di distribuzione

- Copertura distributiva desiderata
  - Distribuzione intensiva
  - Distribuzione selettiva
  - Distribuzione esclusiva
- Costo totale di distribuzione
  - Spese di trasporto
  - Spese per la gestione dell'ordine
  - Costo delle transazioni non andate a buon fine
  - Costi della gestione delle merci in magazzino
- Livello di controllo desiderato
- Flessibilità del canale

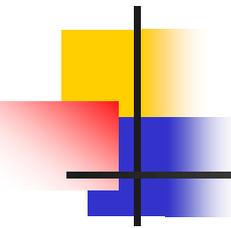


# I canali di distribuzione

---

## La distribuzione per l'azienda vinicola

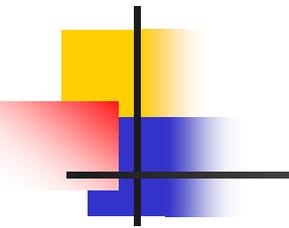
- Vendita diretta
  - Azienda individuale o punto vendita della cooperativa
  - Raggruppamenti volontari di produttori
- Commercio on-line
- Enotecche e dettaglianti
- Grande distribuzione
- Circuito HORECA (hotel, ristoranti, catering)
  - Catene di ristorazione
  - Ristorazione indipendente
  - Catene di hotel



# I canali di vendita

Canale di vendita	2019	2020P	Var. % 2019-2020P
	<i>in % sul fatturato Italia</i>		
Vendita diretta	9,5	10,6	+4,5
di cui: canale web-internet	0,7	1,2	+74,9
Gdo	35,3	38,0	+2,3
Ho.Re.Ca.	17,9	13,4	-32,7
Enoteche e wine bar	7,0	6,7	-21,5
Grossista-Intermediario	20,9	19,7	-15,1
Piattaforme on-line specializzate	0,2	1,2	+435,2
Piattaforme on-line generiche	-	0,2	+747,0
Altri canali	9,2	10,2	-11,2

Fonte: Mediobanca, Report Vino e Spirits (2021)



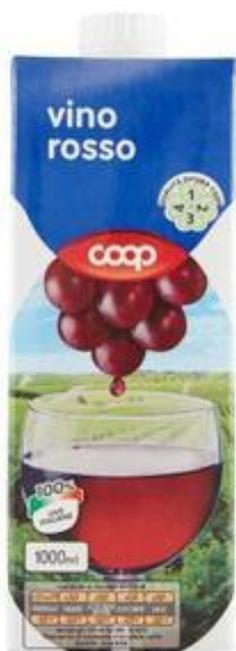
# I canali di distribuzione

---

## Tipologie di canali

- Tecnica di vendita al consumatore finale = forma di distribuzione utilizzata nella relazione con il consumatore finale
  - Es. classificazione della distribuzione alimentare in una data area geografica in base alla *quota di mercato* delle diverse forme di vendita al dettaglio
  - Quote di mercato (visione "orizzontale") vino (Italia):
    - Consumi off-trade (consumo domestico): 61% vendite prodotto confezionato (di cui 81% GDO) nel 2014
    - Consumi on-trade (HoReCa): 39%

# I marchi del distributore: vini comuni



Marchio del distributore  
(marca «insegna»)  
€ 0,95 lt



Marchio del produttore  
(Tavernello, brand di  
Caviro) € 1,55 lt

Peso della GDO:  
Italia 46% circa  
Germania: 54%, Gran  
Bretagna: 75%,  
Francia: 80% circa

Peso delle private label:  
Italia 9% (vini comuni  
20%; DOP-IGP 5%) in  
valore

Germania e Gran  
Bretagna: 21%,  
Spagna: 25%,  
Francia: 31%

# Un confronto tra marchi



Illuminati,  
DOCG € 18,50



Illuminati, Fior  
Fiore Coop € 9,90



Cantina Tollo,  
Biodin, € 9,00



Cantina Tollo,  
Bio € 7,50



Gruppo Selex  
€ 5,00



Eurospin  
€ 1,69

# I marchi del distributore: vini DOP



# I marchi del distributore: vini DOP

