



IL VINO NELL'ALTA RISTORAZIONE ITALIANA

Verona, 1° settembre 2011

AREE TEMATICHE:

OBIETTIVI E NOTA METODOLOGICA

pag. 3

APPROCCIO AL VINO – ACQUISTO

pag. 4

COMPOSIZIONE CANTINA – OFFERTA

pag. 6

CONSUMO DI VINO

pag. 10

OBIETTIVI E NOTA METODOLOGICA:

OBIETTIVI: conoscere i canali per la scelta ed acquisto del vino, l'ampiezza della carta vini proposta e l'andamento del consumo di vino nella Ristorazione nell'anno 2010.

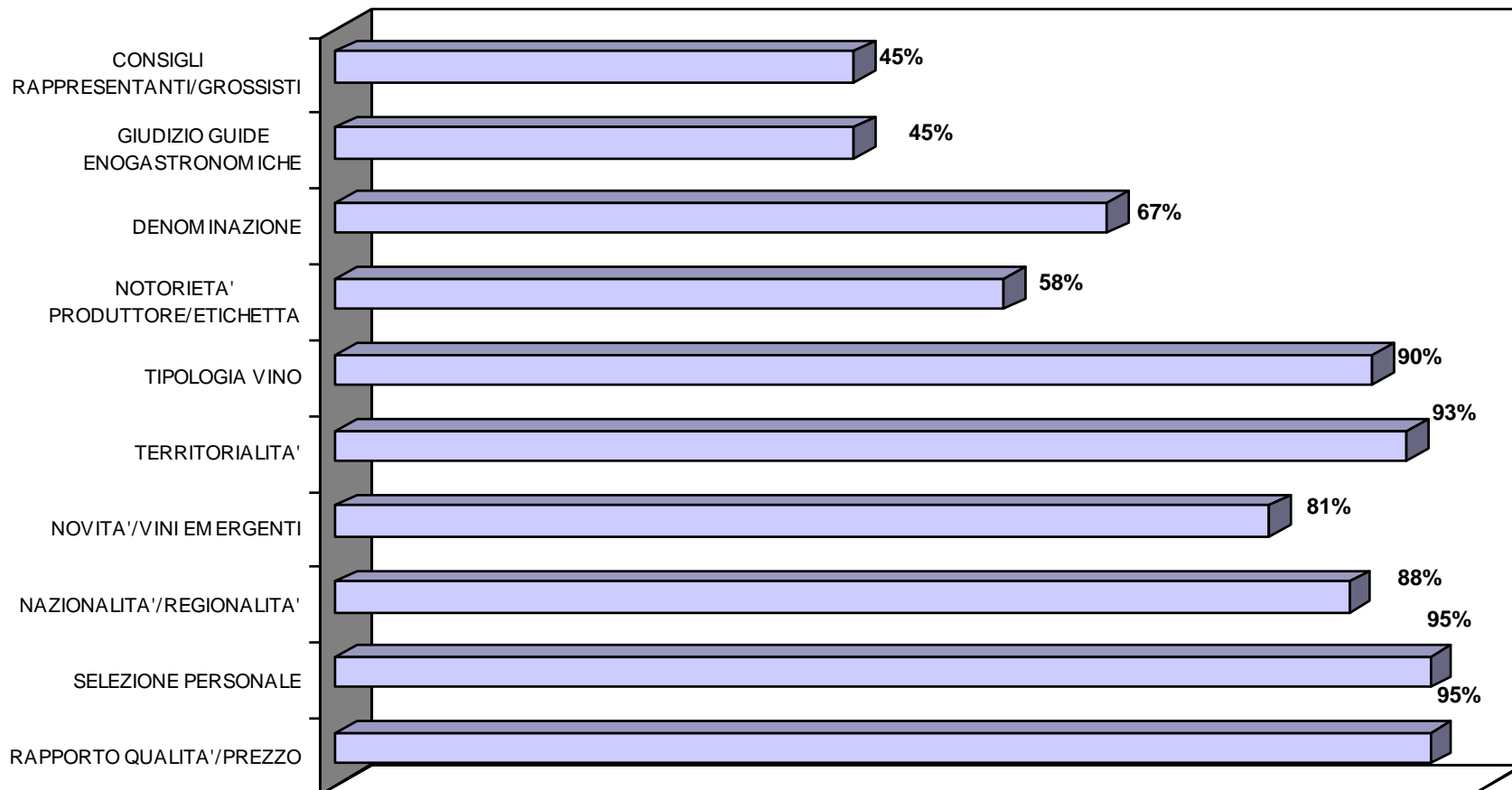
CAMPIONE DI RIFERIMENTO: l'indagine ha coinvolto 300 ristoranti italiani di alto e medio livello, segnalati da cinque delle principali guide eno-gastronomiche (Gambero Rosso, Il Golosario, Jeans Restaurateurs d'Europe, Slow Food, L'Espresso). Il campione era distribuito per aree geografiche: 20% Nord Est, 31% Nord Ovest, 22% Centro, 27% Sud ed Isole.

STRUMENTO DI RILEVAZIONE: questionario online.

NELLO STRUTTURARE LA CANTINA I RISTORATORI RITENGONO IMPORTANTE:

Base: totale intervistati – valore % - risposta multipla

APPROCCIO AL VINO

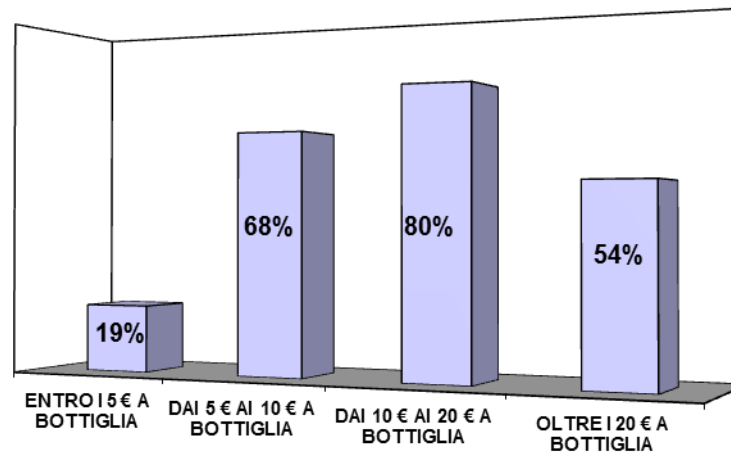


ACQUISTO DEL VINO:

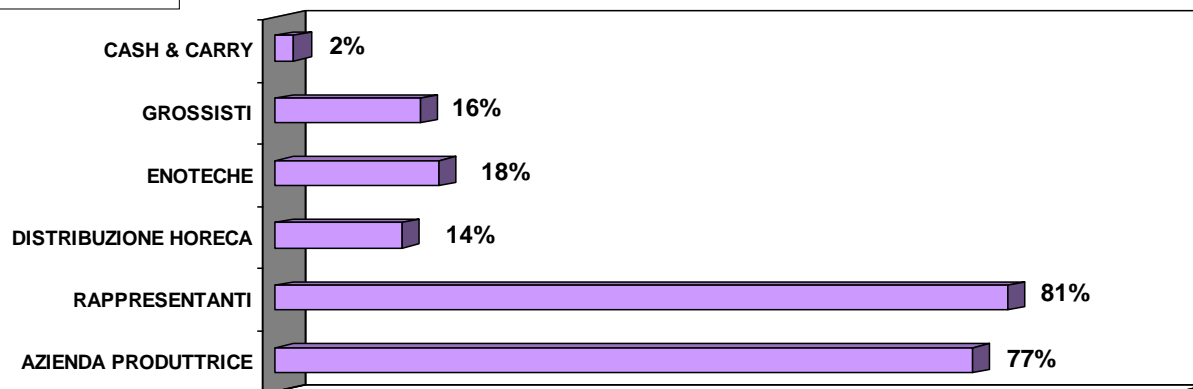
Base: totale intervistati – valore % - risposta multipla

APPROCCIO AL VINO

FASCIA DI PREZZO DEL VINO ACQUISTATO:

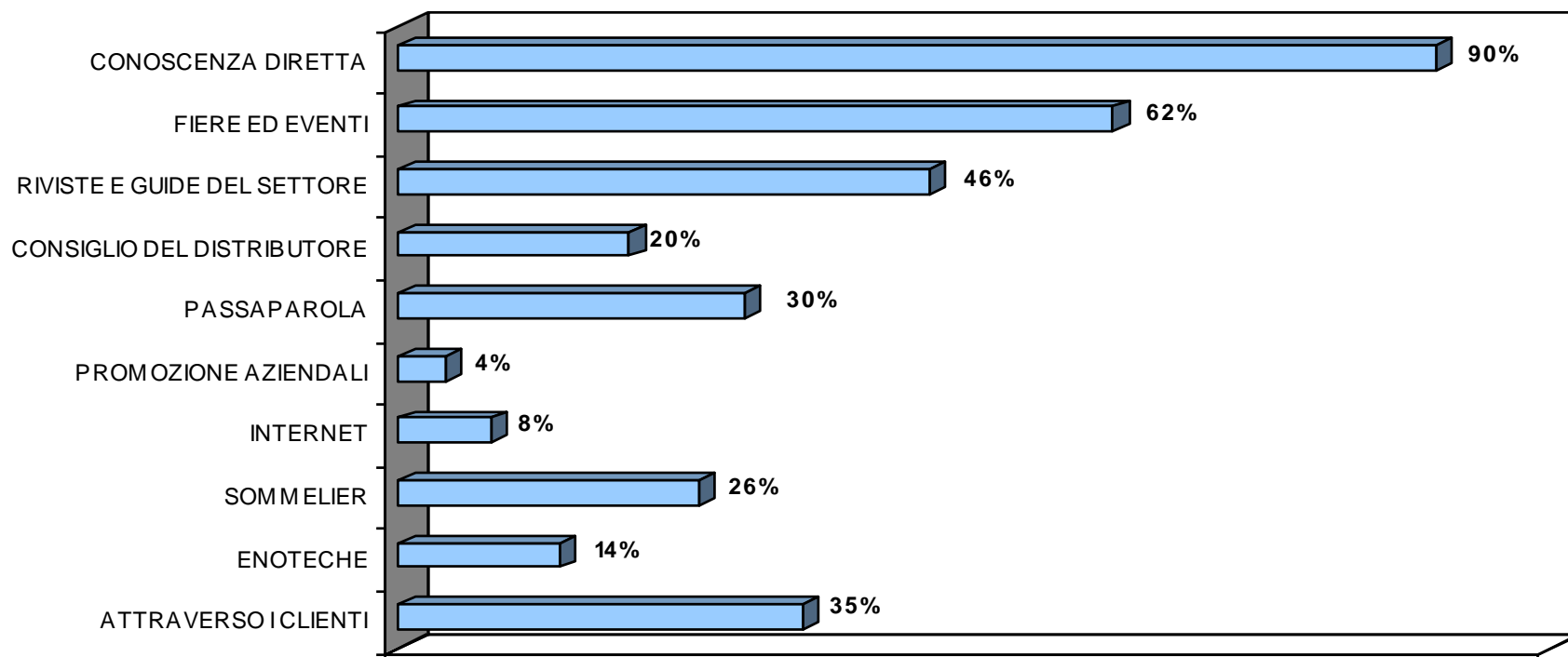


I RISTORATORI ACQUISTANO IL VINO DA:



Base: totale intervistati – valore % - risposta multipla

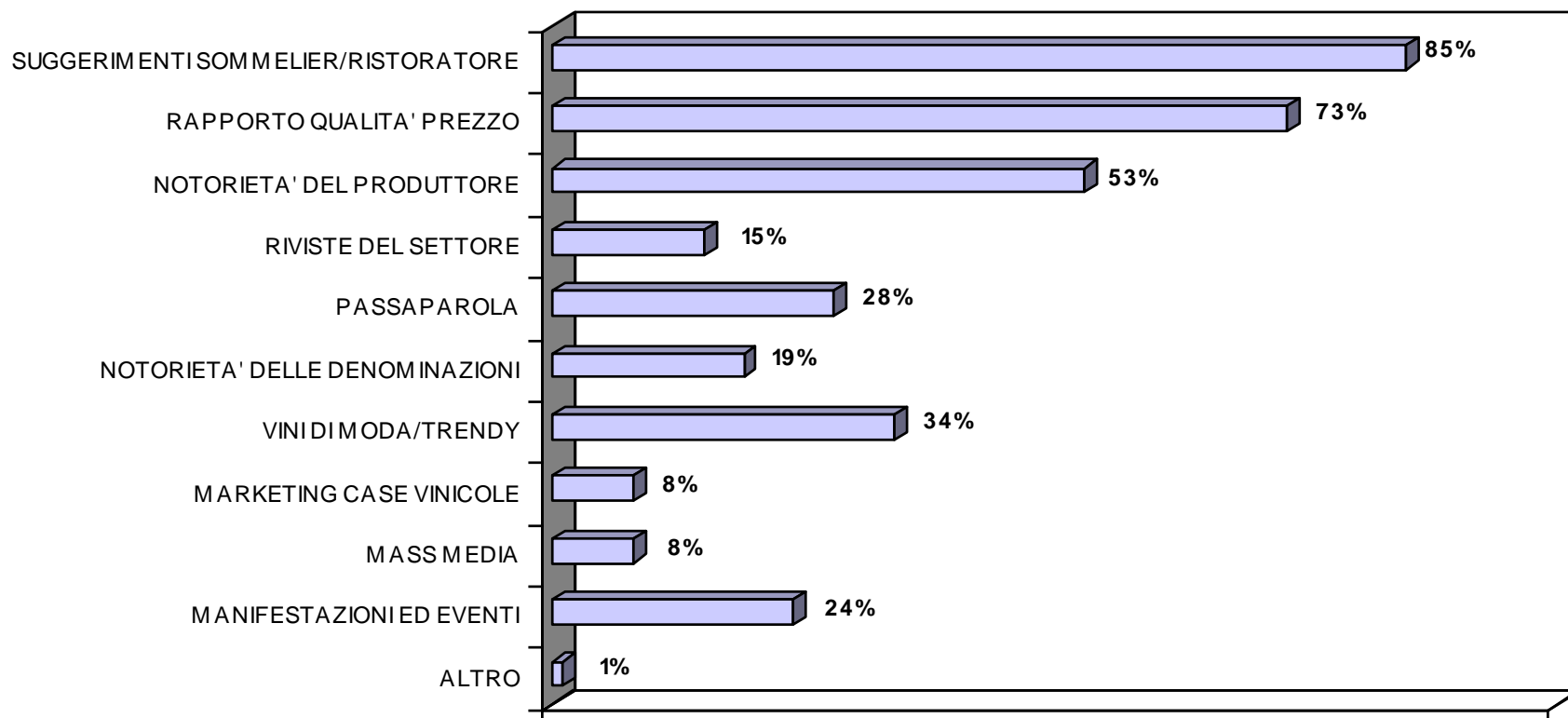
APPROCCIO AL VINO



I CANALI CHE INFLUENZANO I CLIENTI NELLA SCELTA DEL VINO:

Base: totale intervistati – valore % - risposta multipla

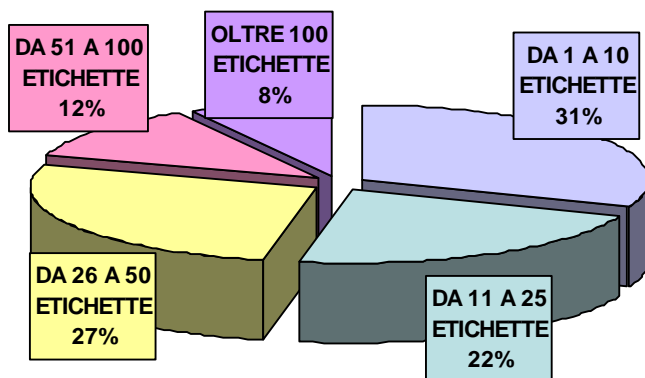
APPROCCIO AL VINO



NUMERO ETICHETTE PRESENTI IN CANTINA - BOLLICINE:

Base: totale intervistati – valore %

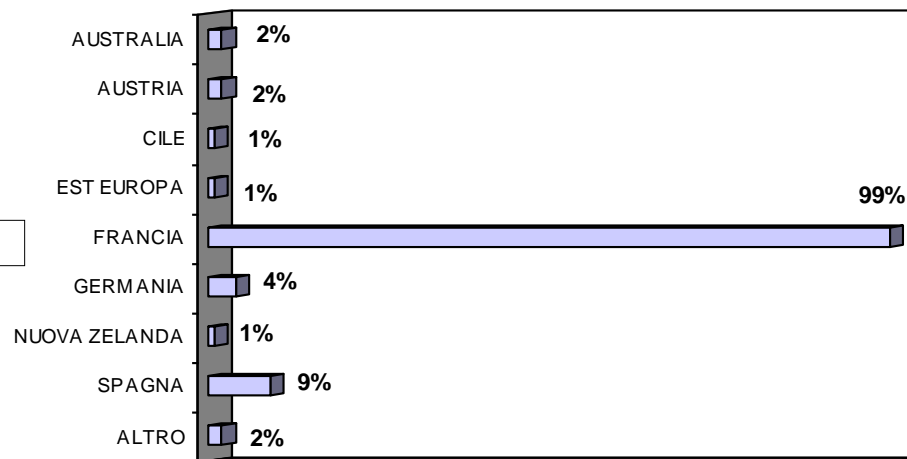
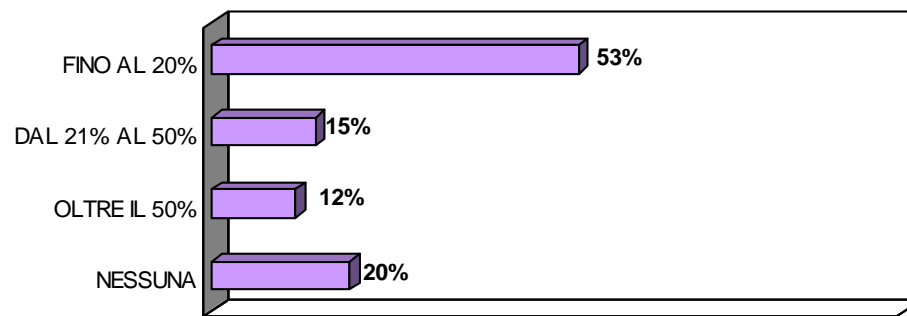
NUMERO ETICHETTE BOLLICINE:



% LOCALI CHE POSSIEDONO BOLLICINE PROVENIENTI DA:

COMPOSIZIONE CANTINA

% ETICHETTE STRANIERE BOLLICINE

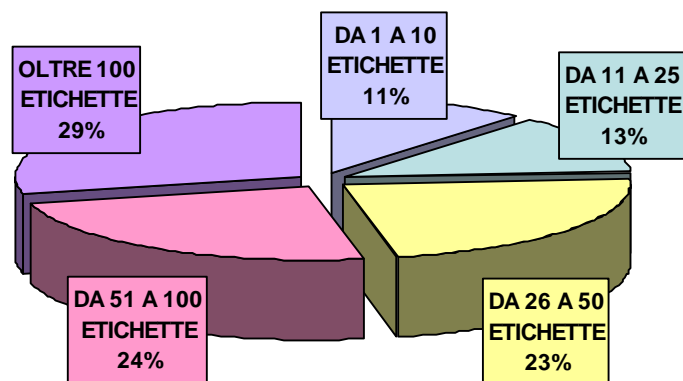


NUMERO ETICHETTE PRESENTI IN CANTINA – VINI BIANCHI:

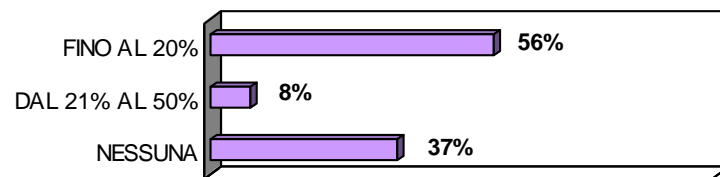
Base: totale intervistati – valore %

COMPOSIZIONE CANTINA

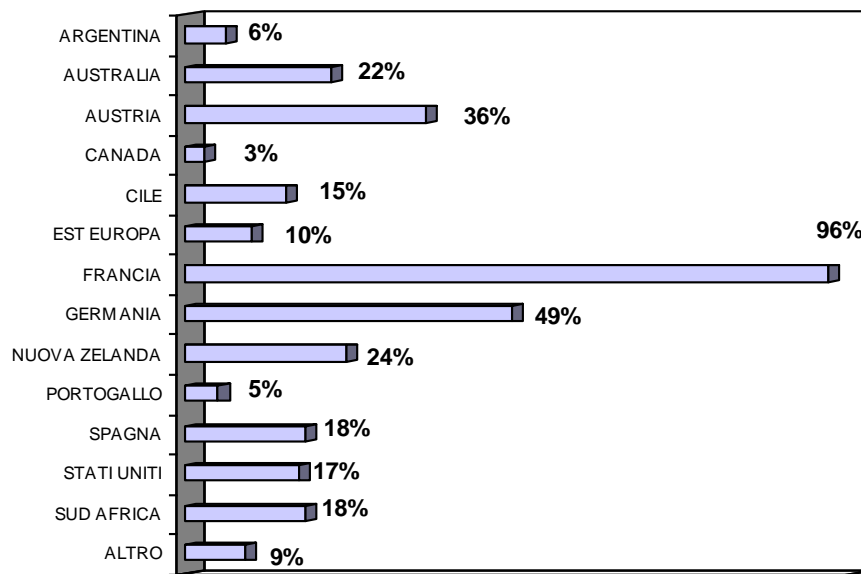
NUMERO ETICHETTE VINI BIANCHI:



% ETICHETTE STRANIERE VINI BIANCHI:



% LOCALI CHE POSSIEDONO VINI BIANCHI PROVENIENTI DA:

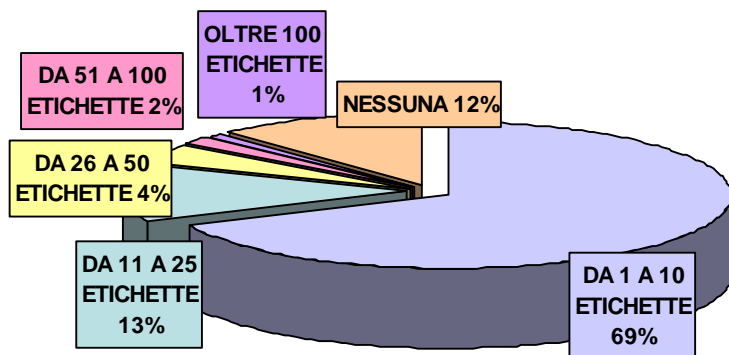


NUMERO ETICHETTE PRESENTI IN CANTINA – VINI ROSATI:

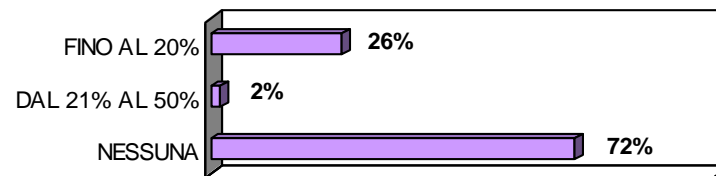
Base: totale intervistati – valore %

COMPOSIZIONE CANTINA

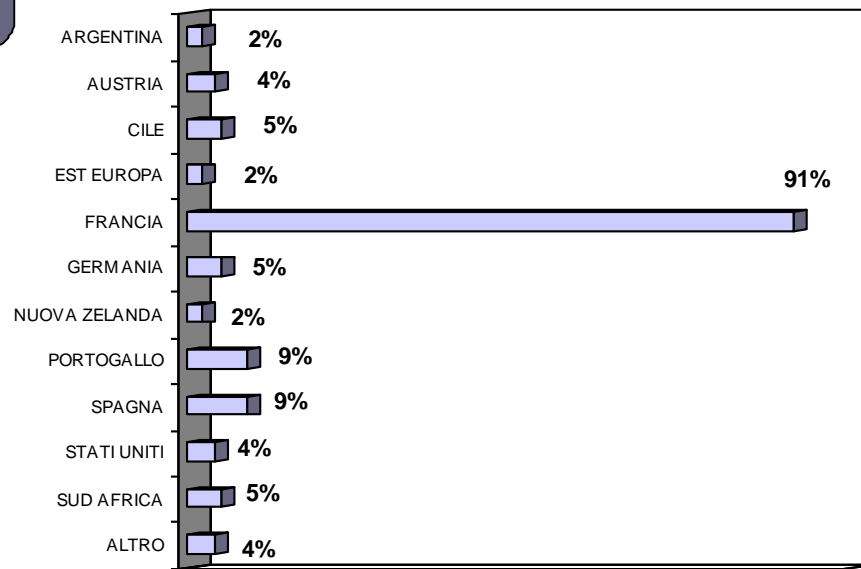
NUMERO ETICHETTE VINI ROSATI:



% ETICHETTE STRANIERE VINI ROSATI:



% LOCALI CHE POSSIEDONO VINI ROSATI PROVENIENTI DA:

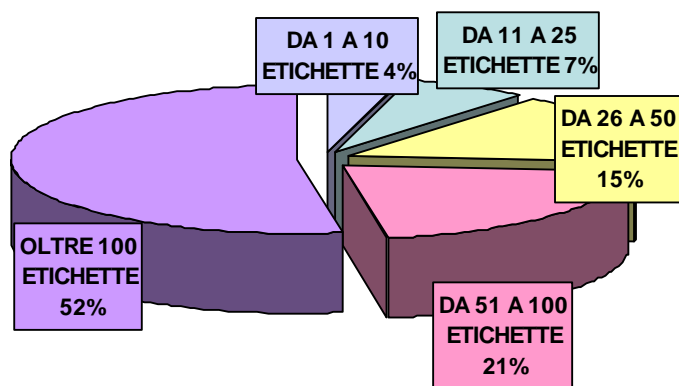


NUMERO ETICHETTE PRESENTI IN CANTINA – VINI ROSSI:

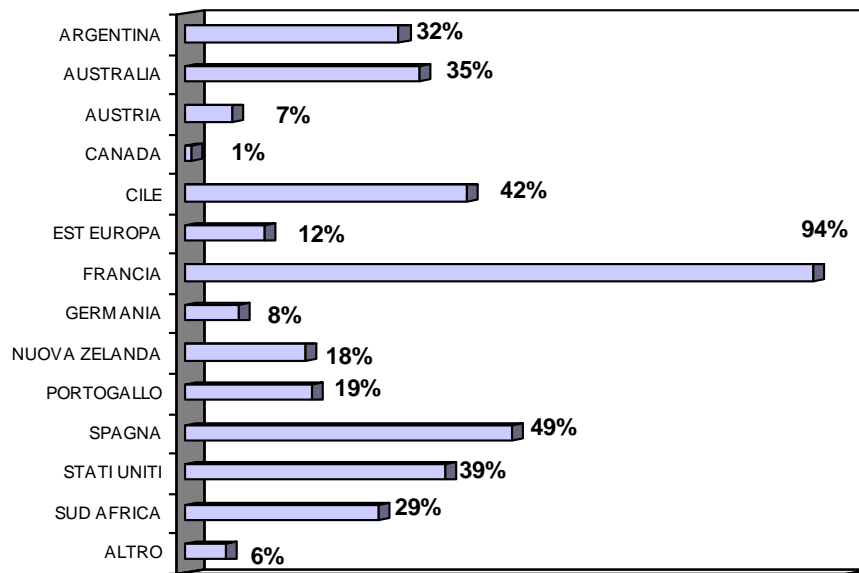
Base: totale intervistati – valore %

COMPOSIZIONE CANTINA

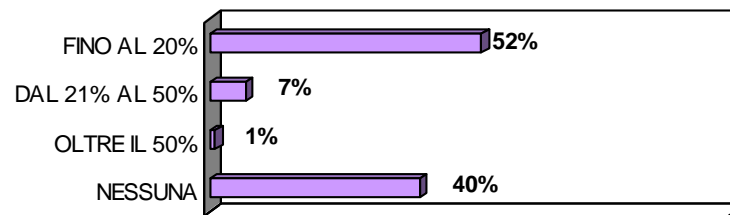
NUMERO ETICHETTE VINI ROSSI:



% LOCALI CHE POSSIEDONO VINI ROSSI PROVENIENTI DA:



% ETICHETTE STRANIERE VINI ROSSI:

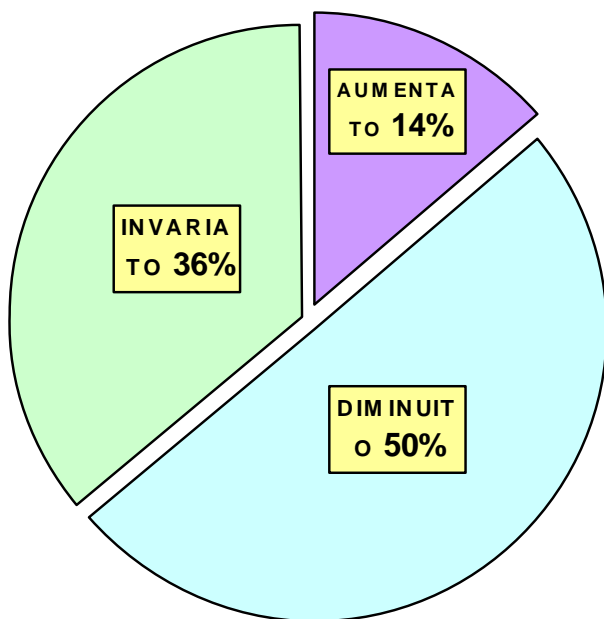


CONSUMO DI VINO:

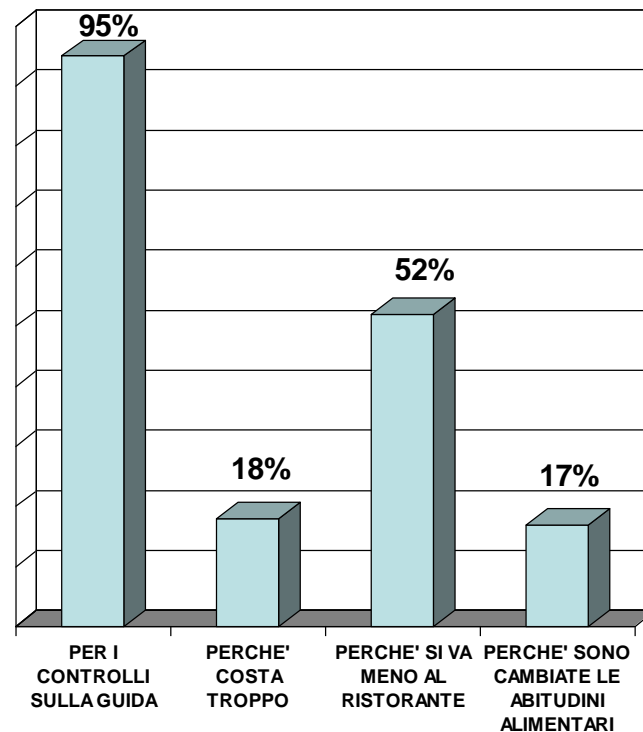
Base: totale intervistati – valore %

CONSUMO DI VINO

NEL 2010 IL CONSUMO DI VINO E':



SAREBBE DIMINUITO A CAUSA:

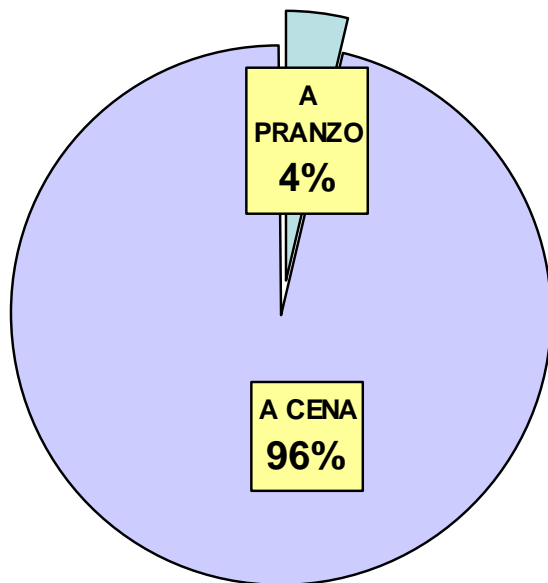


CONSUMO DI VINO:

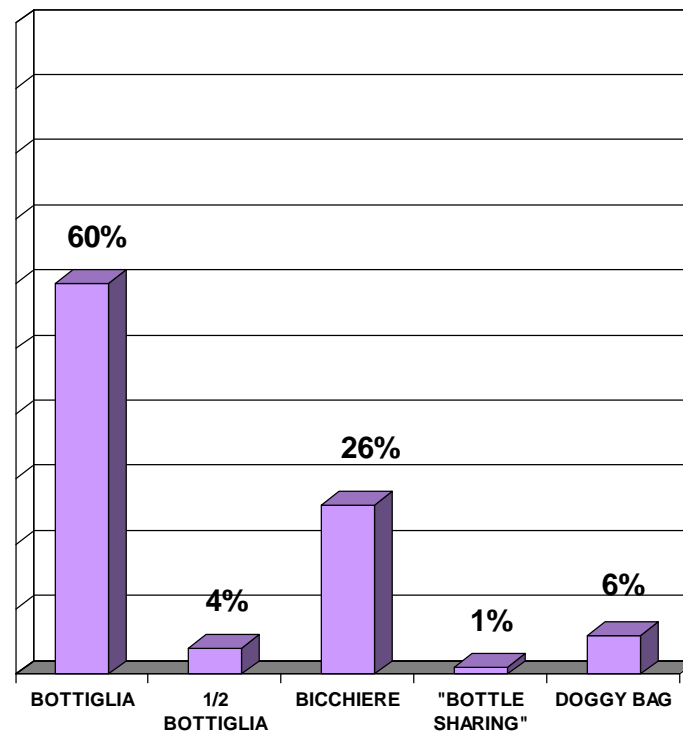
Base: totale intervistati – valore %

CONSUMO DI VINO

I CLIENTI CONSUMANO PIU' VINO:



MODALITA' PIU' RICHIESTA:



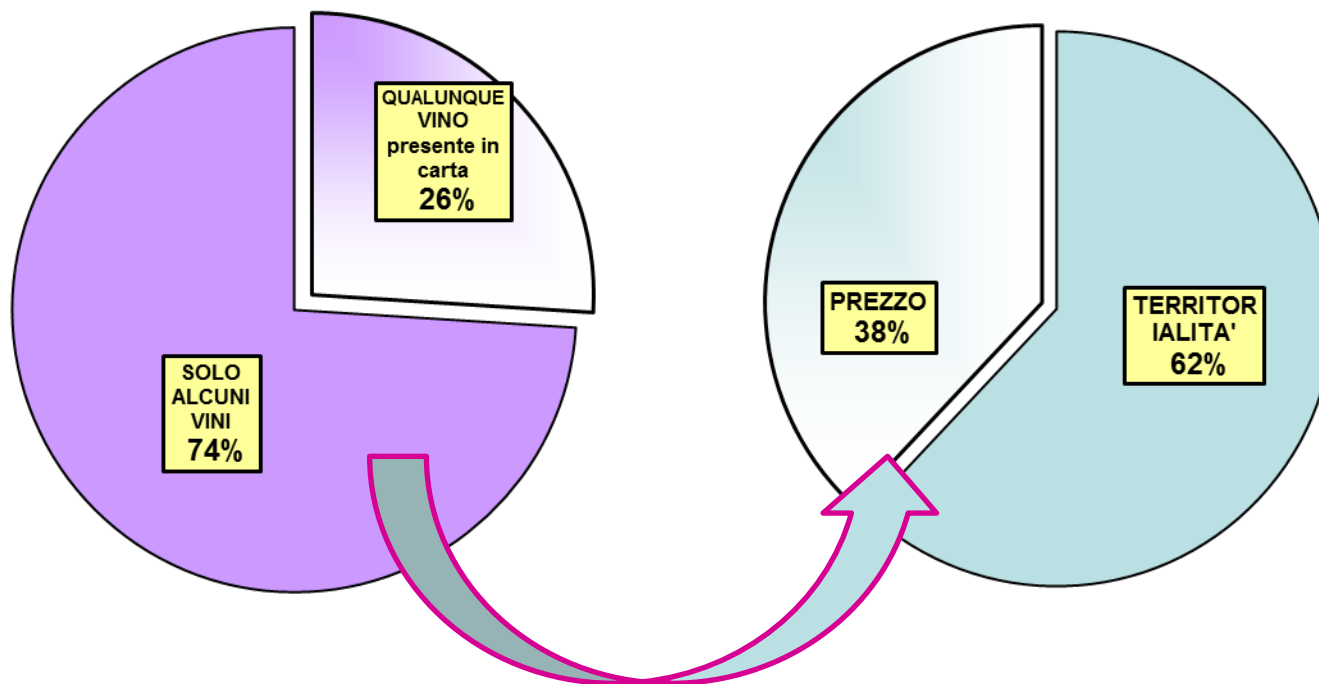
CONSUMO DI VINO:

Base: totale intervistati – valore %

CONSUMO DI VINO

QUALI VINI VENGONO SERVITI AL BICCHIERE:

SI SCEGLIE DI SERVIRE UN VINO AL BICCHIERE IN BASE:



CONSUMO DI VINO - TENDENZE DI CONSUMO PER IL FUTURO:

Base: totale intervistati – valore % - risposta multipla

CONSUMO DI VINO

I VINI CHE PER I RISTORATORI CARATTERIZZERANNO IL SETTORE NEL PROSSIMO PERIODO:

