

IL VINO AL RISTORANTE

Luoghi, modi, occasioni per il consumo di vino sono profondamente mutati.

Un tempo si beveva nelle osterie, nei grandi ristoranti come nelle trattorie con più attenzione alla quantità che alla qualità oggi, invece, il vino *non si beve ma si degusta*. Diventa quindi importante prestare attenzione alla qualità e alla geografia delle etichette perché il territorio assume una valenza crescente nelle scelte del consumatore.

In conseguenza alle modifiche che avvengono sul mercato del vino (per altro in continua evoluzione), ci si chiede quali siano i riflessi sui ristoratori e come questi rispondano agli stimoli del mercato.

Al fine di monitorare il consumo del vino al ristorante è stato proposto un questionario ad un campione di ristoratori operanti nelle maggiori città.

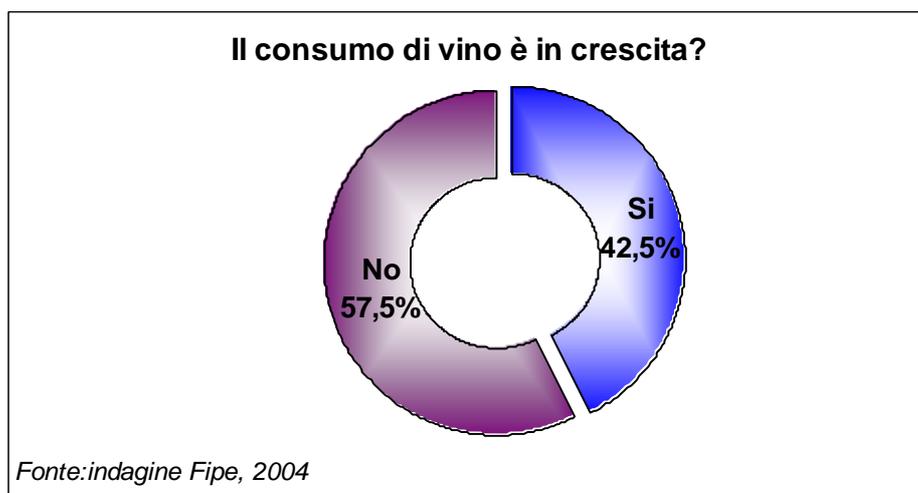
Le domande hanno riguardato: il trend di consumo del vino in generale e per tipologia, i costi per l'acquisto e le prospettive di crescita del prodotto nel canale ristorazione.

Ecco i principali risultati dell'indagine.

Cala il consumo di vino

Secondo il 57,5% dei ristoratori intervistati il consumo tout court generale di vino non è affatto in crescita, per quattro su dieci invece il trend è opposto.

Possiamo con sicurezza affermare che sono i primi ad avere il polso



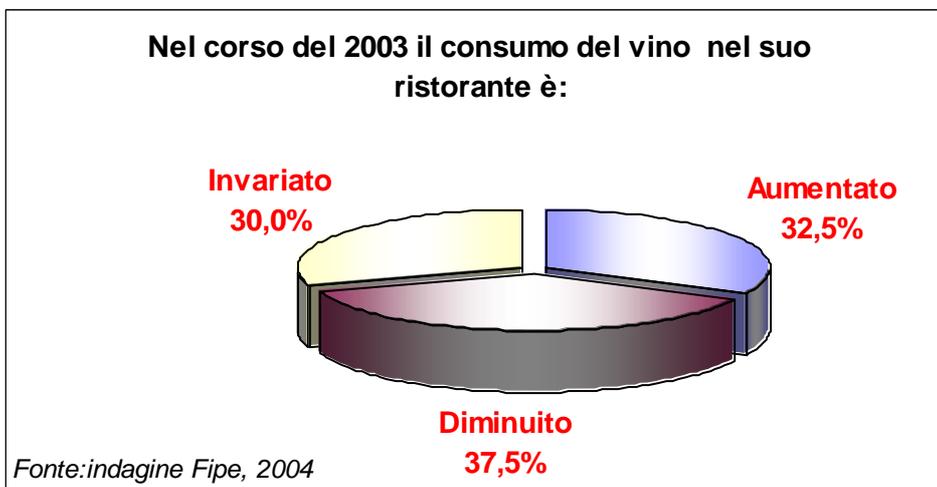
della situazione del consumo di vino giacché esso è in progressivo e rapido declino al punto che oggi il consumo procapite è la metà di quello di trenta anni fa.

Al ristorante non va meglio

Il 37,5% dei ristoratori intervistati infatti afferma che il consumo di vino nel proprio ristorante è diminuito nel corso del 2003.

Per il 32,5% il consumo è invece cresciuto mentre per il 30% la situazione è rimasta invariata.

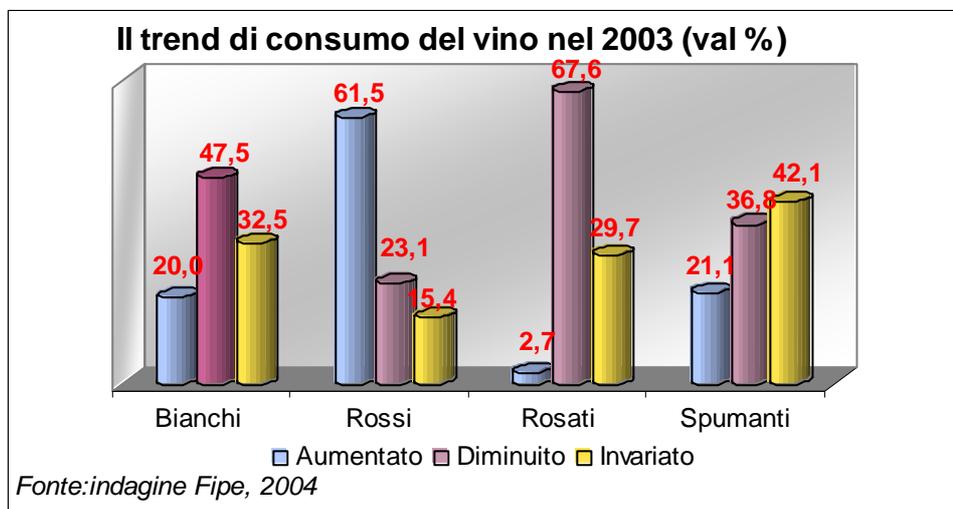
Questo saldo negativo è senza dubbio legato alla congiuntura difficile che la ristorazione italiana ha vissuto nell'anno appena trascorso.



Boom dei rossi

E' il rosso a farla da padrone al ristorante.

Per 61,5% degli intervistati ne è aumentato infatti il consumo. Non è così per i bianchi dove infatti cinque



ristoratori su dieci segnalano una contrazione del consumo e si deve registrare una vera e propria debàcle per i rosati.

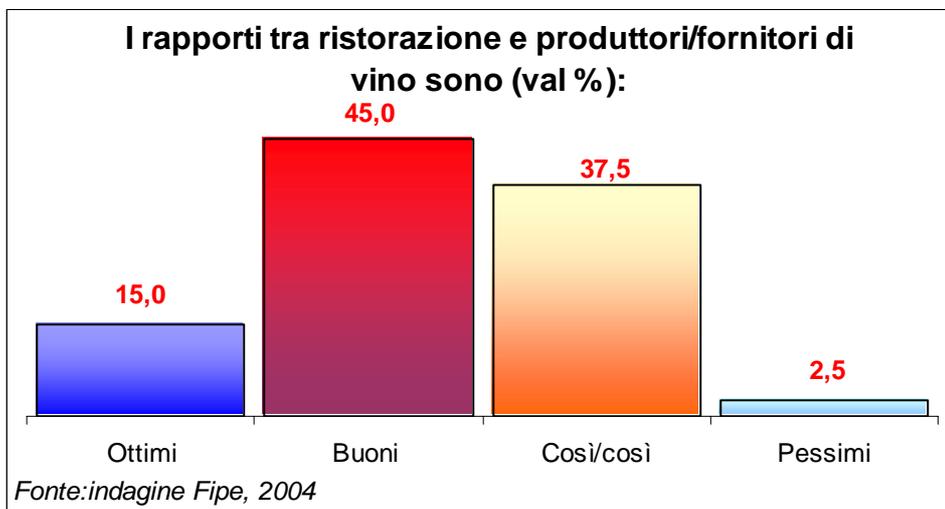
Rapporti "tesi" tra produttori e ristoratori

Partiamo innanzitutto dal prezzo che è un elemento sostanziale nell'interpretazione dei rapporti di filiera.

A fronte di un calo della domanda la ristorazione italiana ha dovuto subire un incremento del 10% sul prodotto vino, un dato questo che dimostra ancora una volta la vulnerabilità della ristorazione nei confronti della filiera produttiva e distributiva del vino in Italia.

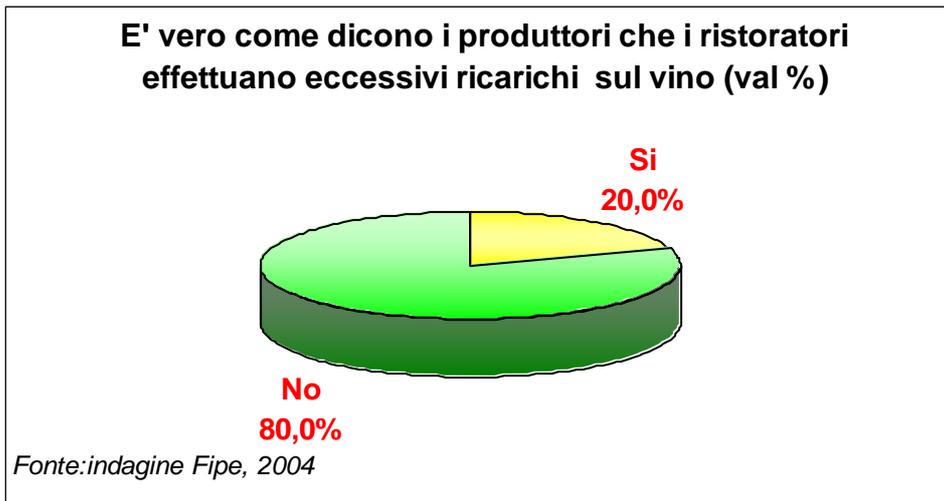
Complessivamente i rapporti tra mondo della ristorazione e produttori/fornitori di vino sono positivi: è quanto afferma il 60% dei ristoratori (ottimi + buoni).

Per il 37,5% i rapporti hanno luci e ombre e per una residua minoranza (2,5%) sono pessimi.



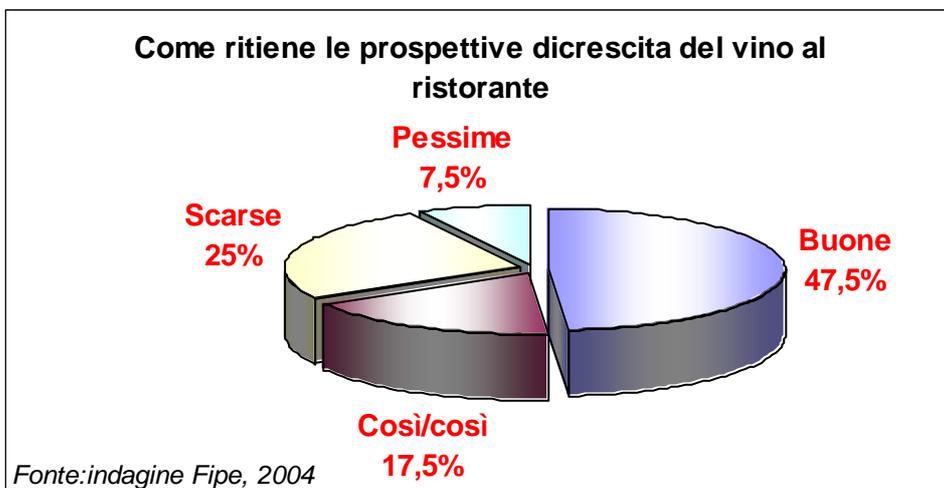
Il giudizio dei ristoratori sembra generalmente migliore di quello espresso, stando alle notizie diffuse dalla stampa, dai produttori di vino che proprio recentemente hanno lamentato gli eccessivi ricarichi fatti dai ristoratori sul vino.

Per l'80% dei ristoratori il giudizio della produzione è sostanzialmente infondato mentre due ristoratori su dieci ne condividono la posizione.



Le prospettive

Per il futuro le prospettive del vino al ristorante non sembrano incoraggianti, oltre il 50% dei ristoratori intervistati la pensa così e per tre ristoratori su dieci sono addirittura fortemente negative.



Gli interventi suggeriti dalla ristorazione vanno sostanzialmente nella direzione della diminuzione/razionalizzazione delle carte dei vini.

Il contrario di quanto è stato fatto nel corso degli ultimi dieci anni quando anche il più piccolo dei ristoranti era sollecitato ad allargare la propria carta dei vini spesso senza alcuna relazione con il proprio target di clientela.

I driver dei prossimi anni sono così riassumibili:

- meno etichette
- più qualità
- più territorio

