



# Vino al vino

PER NOVE RISTORATORI MILANESI SU DIECI È UN FATTORE CRITICO PER IL SUCCESSO DEL PROPRIO LOCALE. È QUANTO EMERGE DA UNA RICERCA CHE INDAGA MODALITÀ DI SCELTA E DI RIFORNIMENTO.

a cura di Studio Maurizio Rocchelli

**P**er nove ristoratori milanesi su dieci il vino è un fattore critico per il successo del proprio locale. Tutti hanno la carta dei vini, considerata il biglietto da visita migliore del ristorante. È una delle indicazioni che emergono dall'indagine "Il vino nei ristoranti di Milano" realizzata dallo studio Maurizio Rocchelli, agenzia di marketing, comunicazione e sviluppo commerciale specializzata nel settore vinicolo.

Il campione dell'indagine è costituito da 100 ristoranti, scelti tra quelli citati sulle guide e nella cronacamondana cittadina, sparsi in tutta la città e rappresentativi di tutte le fasce di prezzo e servizio.

La stragrande maggioranza degli intervistati (96%) dispone di una cantina o di un'adeguata tecnologia per la conservazione dei vini, mentre oltre la metà (57%) può contare su

sommelier o personale specializzato nel servizio dei vini.

L'offerta spazia da un minimo di 20 etichette a un massimo di 2.500, con un assortimento medio di 200 etichette. I rossi sono i più rappresentati (45% del totale), seguiti dai bianchi (35%), dagli spumanti italiani (6%) e dai vini da dessert italiani (5%).

Irrelevante, invece, la percentuale dei rosati, che stentano a trovare spazio in carta. Al momento i vini siciliani, in particolare il Nero d'Avola, sono quelli che riscuotono il maggior successo secondo il 38% dei ristoratori. Eppure, come fa notare l'indagine, le regioni maggiormente rappresentate restano il Piemonte e la Toscana, nonostante negli ultimi 10 anni la percezione di gradimento da parte del pubblico sia passata da circa il 50 al 5%. Del resto, oggi le preferenze abbracciano un ventaglio più ampio di opzioni e nessuna regione raggiunge le vette di gradimento in passato registrate da Piemonte e Toscana. Un dato, secondo l'analisi dello studio Rocchelli, legato anche all'evoluzione



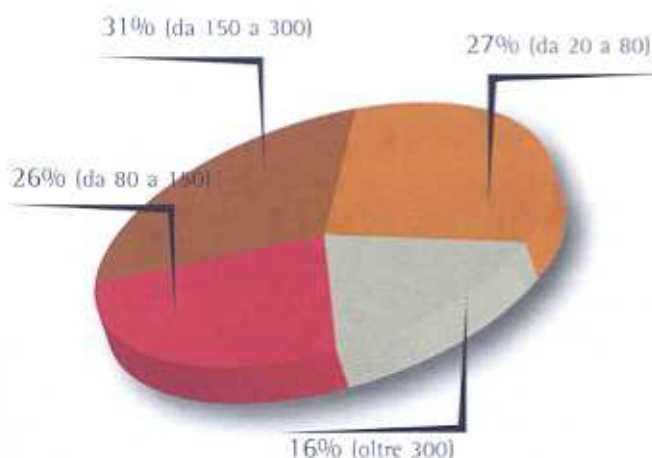
della ristorazione milanese, che da un modello basato sull'influenza toscana è passata a un'offerta più interregionale e internazionale. Questo offre maggiori opportunità ai produttori di altre regioni e di altri paesi, per quanto i vini esteri siano ancora poco presenti in carta e, anzi, del tutto assenti in oltre un terzo dei locali. Quanto al prezzo dei vini proposti, la fascia più rappresentata in assortimento risulta essere quella tra i 20 e i 30 euro, che è anche quella più ordinata dalla clientela. Come viene costruito l'assortimento? La richiesta dei clienti (48%) è il principale fattore che influenza la scelta della tipologia di vini da inserire in carta, seguita dalle valutazioni del ristoratore o del sommelier (33%). Il fornitore, al con-



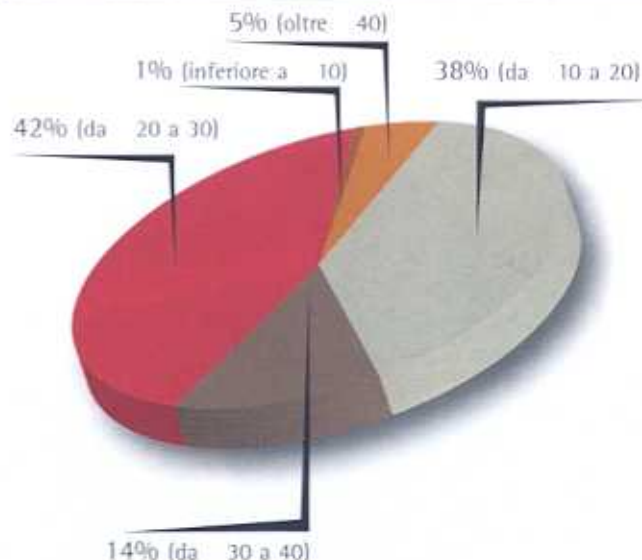
trario, viene scelto autonomamente dal ristoratore in base a fattori quali il rapporto qualità/prezzo (10%), le indicazioni delle guide (21%) e la stagionalità (22%); in inverno è maggiore la richiesta di vini rossi, in estate di bianchi.

Quanto ai fornitori, la metà (49%) dei ristoratori intervistati si affida a un agente, mentre il 32% ha rapporti diretti con i produttori. Per quanto riguarda le modalità di approvvigionamento, la scelta ricade per il 77% su grossisti/distributori e per il 57% su contatti diretti con la casa vinicola. Grande distribuzione e cash & carry non rappresentano un canale di rifornimento continuativo, ma la metà del campione afferma di non poter fare a meno di comprare vino occasionalmente in supermercati e ipermercati, alla luce anche della vasta gamma di vini di qualità offerti a prezzi competitivi dalla grande distribuzione.

### N. di referenze presenti in assortimento



### Fasce di prezzo rappresentate in carta



#### Assortimento

Min Max

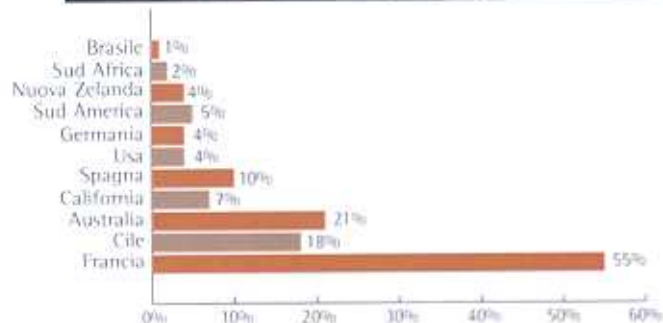
Vini rossi	10%	80%
Vini bianchi	10%	80%
Vini rosati	0%	5%
Vini spumanti	3%	15%
Champagne	0%	15%
Vini da dessert	3%	15%
Vini novelli	0%	5%

#### Fasce di prezzo (euro)

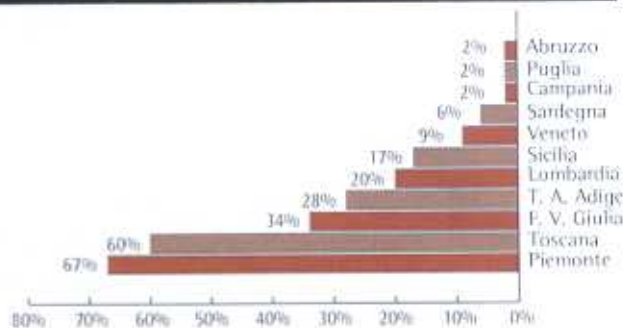
Min Medio Max

Intervallo prezzi bassi	9	14,50	20
Intervallo prezzi medi	21	28	35
Intervallo prezzi alti	36	68	100
Intervallo prezzi ultrapremium	101	450,50	800

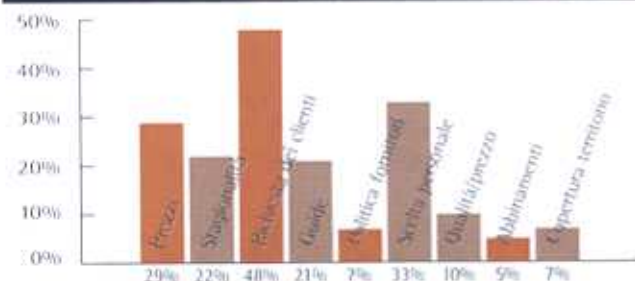
### Nazioni estere più rappresentate in assortimento



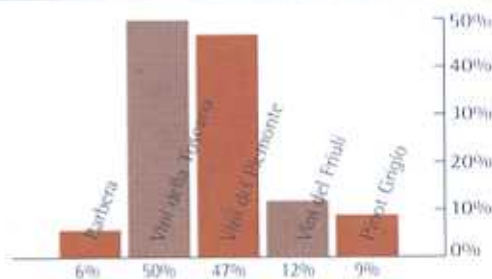
### Regioni d'Italia più rappresentate in assortimento



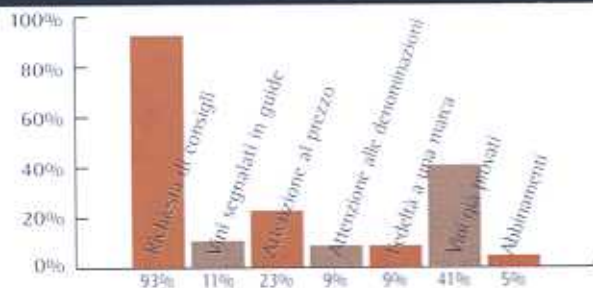
### Fattori che influenzano le scelte assortimentali



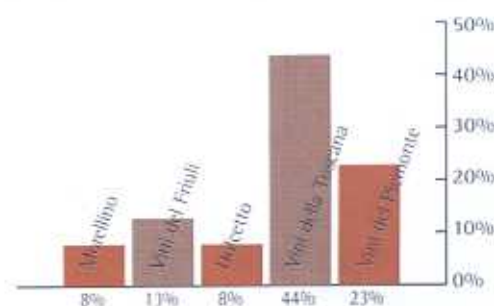
### I vini di maggior successo 10 anni fa (top 5)



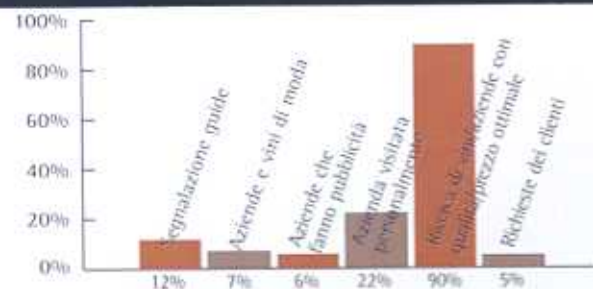
### Scelta del vino da parte del cliente



### I vini di maggior successo 5 anni fa (top 5)



### Criteri di selezione dei fornitori



### I vini di maggior successo oggi (top 5)

