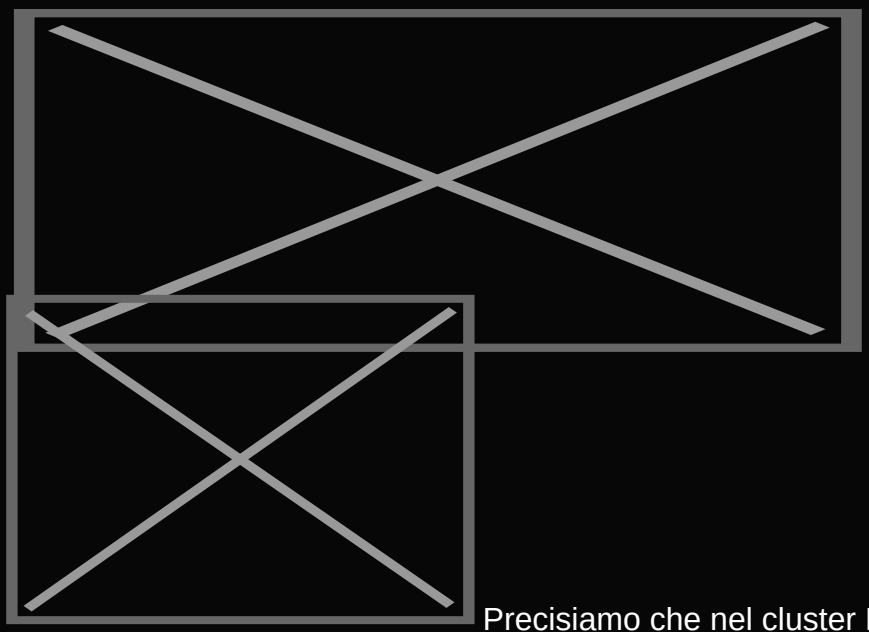
Cena e aperitivo: tutti lo vogliono

vino-stefanini-1607f228

Vino nel fuori casa: dove si consuma prevalentemente? Quali i requisiti più ricercati nel prodotto? Quali le opinioni più diffuse sul web in merito? Per tracciare una quadro della situazione aggiornato ad oggi, abbiamo scelto di procedere con un confronto delle opinioni rilevate in rete quest'anno, con quelle raccolte (nello stesso periodo) lo scorso anno. Il primo dato emerso è che nel web chi parla di vino lo fa con una certa consapevolezza, utilizzando canali più specializzati come Blog e Forum e meno i Social. A riprova di questo assunto anche un altro dato: i pareri attribuibili agli influencer, relativamente al vino in horeca, toccano quota 48% (nel 2017 era il 47%) a fronte di una media nazionale è del 27%. Vediamo, adesso, il dettaglio.

I CONSUMI

I pareri intercettati si sono aggregati nelle seguenti macro categorie:

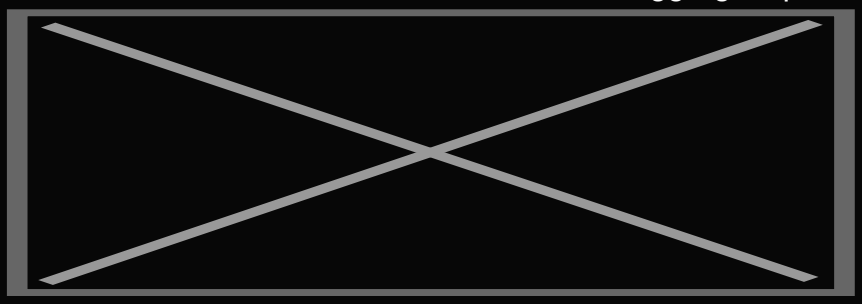


Precisiamo che nel cluster Ristorante abbiamo incluso anche i ristoranti degli Hotel, le pizzerie, le mense. Nel cluster bar abbiamo incluso anche i bar tavola calda/fredda oltre che wine bar, mescite e degustazioni. Nel canale Ho.Re.Ca. il vino è consumato quasi esclusivamente al Ristorante e al Bar, più nel primo che nel secondo. Confrontando i due

periodi, negli ultimi 12 mesi è calato il numero di pareri in tutti e tre cluster.

I CONSUMI AL RISTORANTE

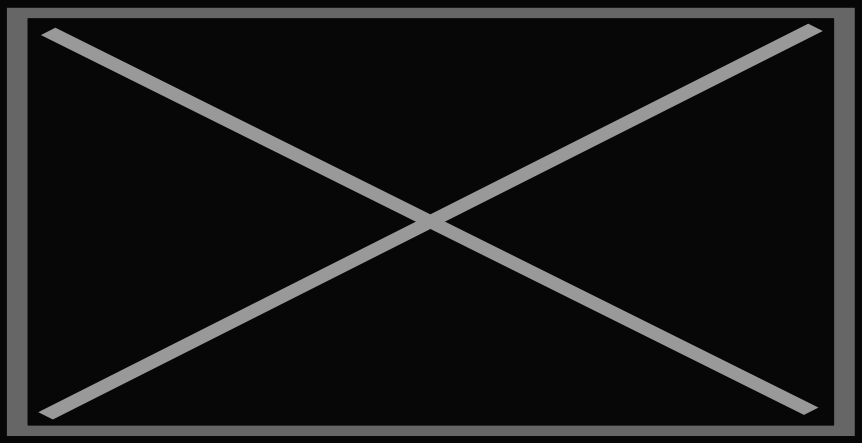
I mood rinvenuti nella rete nazionale, si sono aggregati, per il cluster Ristorante, nei seguenti item:



Il vino è molto presente sul tavolo del ristorante – nel rispetto della cultura enogastronomica nazionale – sia a pranzo che a cena; per quanto riguarda quest'ultima è in tavola nella quasi totalità dei casi.
Confrontando i due periodi, negli ultimi 12 mesi segnaliamo anche in questo caso un calo di pareri.

I CONSUMI AL BAR

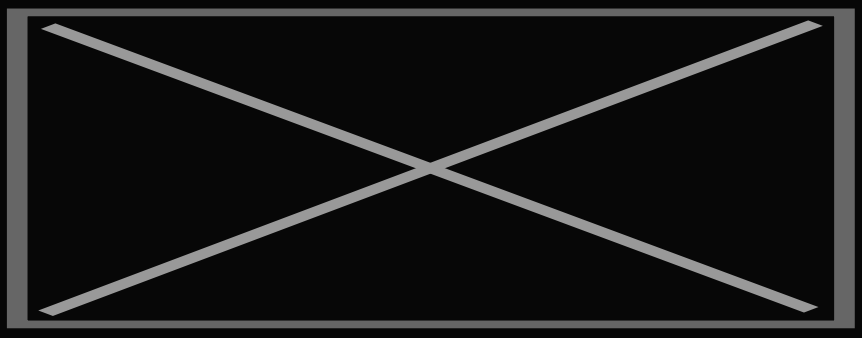
Le opinioni rinvenute nel web domestico, si sono aggregate, per il cluster Bar, nei seguenti item:



Il vino al bar è consumato in particolare al momento dell'aperitivo, soprattutto prima di cena.
Continuiamo a rilevare un calo di pareri negli ultimi 12 mesi.

TEMI ATTINENTI

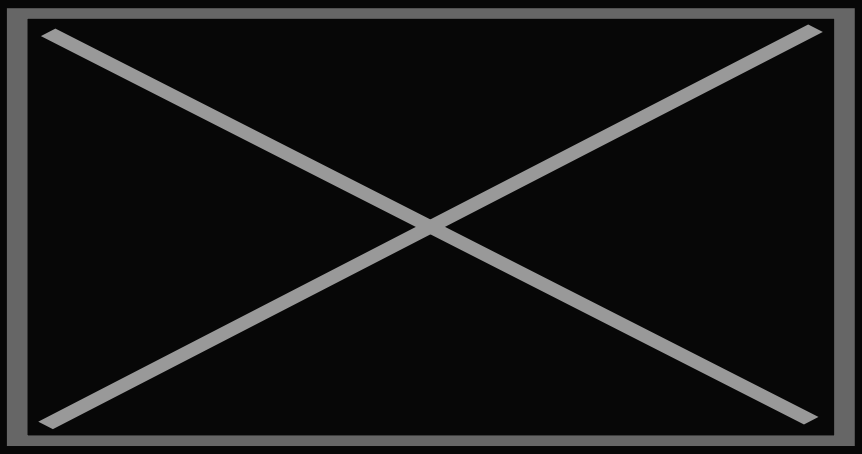
Ma quali argomenti trattano gli internauti nazionali riguardo al vino consumato nel canale Ho.Re.Ca. ?



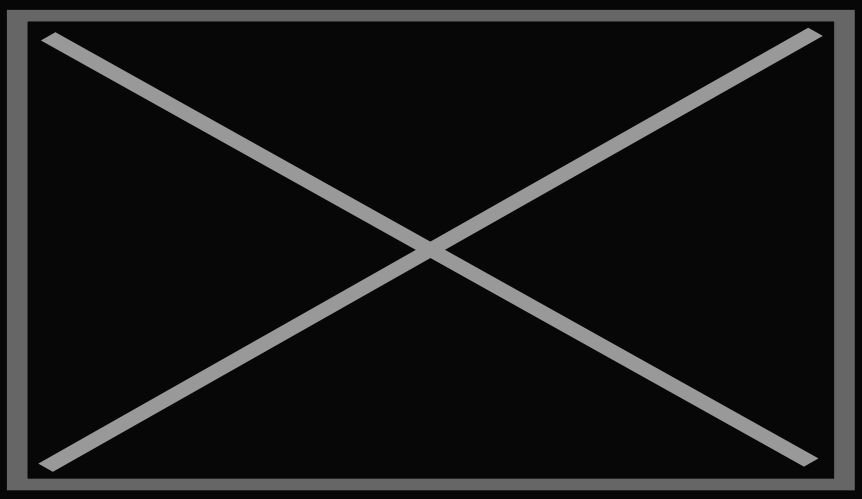
La qualità del vino è decisamente l’argomento più dibattuto, mentre il prezzo risulta l’argomento meno discusso. Attenzione però: mentre i pareri riguardanti gli ultimi 12 mesi sono in calo per quanto riguarda qualità e scelta del locale, il dato riguardante il prezzo è in contro tendenza. Negli ultimi 12 mesi, infatti, sono aumentati i pareri riguardanti il prezzo che hanno quasi raggiunto quelli relativi alla scelta del locale.

QUESTIONE DI SODDISFAZIONE

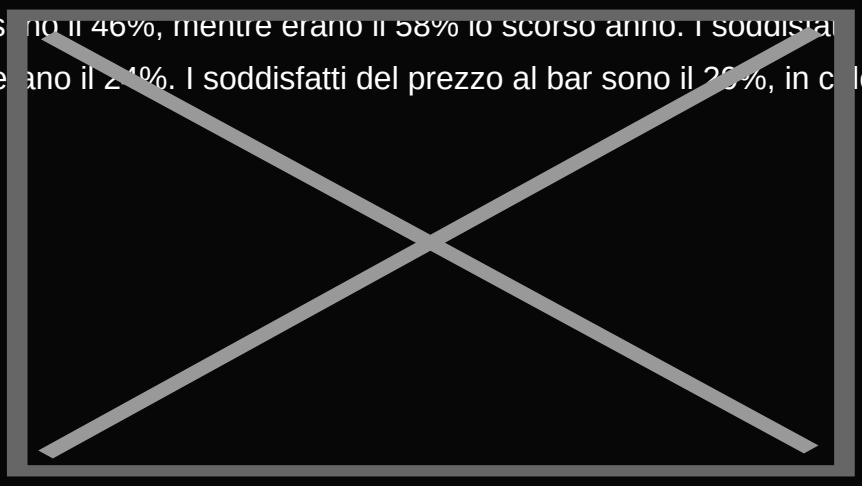
Partiamo dalla qualità: emerge che i soddisfatti della qualità del vino consumato nel canale Ho.Re.Ca. sono il 72% ma nei 12 mesi precedenti erano l’80%. Gli in soddisfatti sono il 28%, nei 12 mesi precedenti erano il 20%. Al vino venduto nei ristoranti viene riconosciuta una qualità superiore rispetto a quello venduto nei bar, qualità che comunque resta elevata anche nel bar.



E in merito al locale scelto, cosa dice il web? I soddisfatti del locale scelto in base al vino sono il 74%, erano il 75% nei 12 mesi precedenti, praticamente la percentuale resta invariata. È superiore il livello di soddisfazione per il ristorante scelto in base al vino, rispetto quello per il bar scelto in base al vino, che comunque resta alto. Le percentuali sono molto simili a quelle della soddisfazione rispetto la qualità, ma un poco più basse: quando ci si reca in un locale appositamente per il vino l’aspettativa è decisamente elevata.



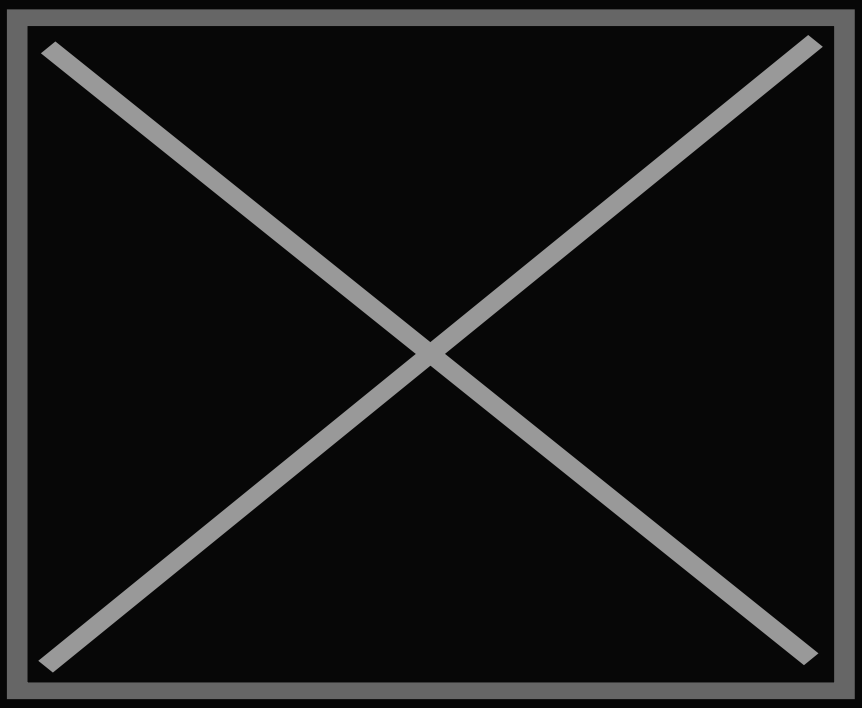
Analizziamo ora la soddisfazione riguardo il prezzo. Dall’analisi emerge che i soddisfatti del prezzo sono il 46%, mentre erano il 58% lo scorso anno. I soddisfatti del prezzo al ristorante sono il 17%, erano il 21%. I soddisfatti del prezzo al bar sono il 29%, in calo rispetto al precedente 34%.



LE TIPOLOGIE PIÙ

“CHIACCHIERATE”

Italiani o stranieri, bianchi o rossi, fermi o frizzanti? Ecco di quale tipologie parla di il web.



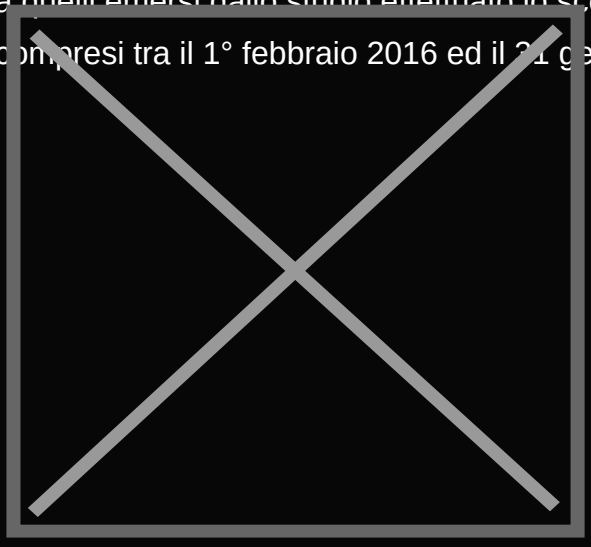
PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO

I più ”loquaci”, a proposito di vino, si riconfermano gli uomini (57%), ma è ben rappresentato anche il gentil sesso (43%). Sul fronte anagrafico, trova ulteriore avallo la nostra tesi: “il vino invecchia ma è un prodotto sempre giovane!”. La fascia d’età che ne parla di più, infatti, è quella compresa tra i 18 e i 40 anni (71%). Un ultimo dato, infine, sul fronte geografico: il volume dei pareri digitati dal Nord è sempre quasi tre volte il volume di pareri lasciati in rete dal Sud: rispettivamente 46% a settentrione contro il 16% del meridione.

Metodologia della ricerca



Nei 12 mesi compresi tra il 1° febbraio 2017 ed il 31 gennaio 2018 sono stati intercettati 3.436.185 pareri nel web domestico (28% sui Social, 72% su Blog e Forum) scritti spontaneamente da liberi consumatori, a titolo personale. In questa ricerca i dati sono stati paragonati a quelli emersi dallo studio effettuato lo scorso anno, in un periodo di tempo speculare (i 12 mesi compresi tra il 1° febbraio 2016 ed il 31 gennaio 2017).



WWW.WEB-RESEARCH.IT Srl

È un **istituto di ricerche di mercato e consulenze di marketing** che offre servizi rivolti ad aziende e multinazionali presenti nel mercato domestico. Ha portato tra i primi in Italia una nuova metodologia di ricerche ed analisi di mercato: Web listening – Web research – Web monitoring. Utilizzando software di intelligenza artificiale che emulano il funzionamento delle reti neurali effettua un’analisi semantica e psicometrica dei testi presenti nel Web attribuendo loro personalità e punteggi. **www.web-research.it** ascolta il Web per scoprire, analizzare, razionalizzare cosa i clienti reali e potenziali pensano e dicono

oggi e indietro nel tempo fino agli ultimi tre anni. È il partner ideale di aziende, marchi, prodotti, servizi e personaggi pubblici con esposizione mediatica significativa.

Tel. 02.89367297 – Fax 02.89367298
P.zza Castello 26 - 20121 Milano
info@web-research.it – gianmarco.stefanini@web-research.it