E’ boom per il vino in calice: lo servono oltre 6 locali su 10

calice-c88cb37a

Nel 2007 i locali in cui veniva servito vino in calice da bottiglia rappresentavano soltanto il 41,9% del totale. Oggi, complice la crisi che ha portato i clienti a limitare le spese, e complice anche la crescente attenzione alla qualità di ciò che si beve e si mangia, il fenomeno è stato protagonista di quello che sembra un vero è proprio boom: a offrire questo servizio - dicono i più recenti dati rilevati da TradeLab - sono infatti oltre 6 ristoranti su 10 (per la precisione il 63%). Il vino in calice è insomma stato protagonista di un’escalation, trainata soprattutto dai ristoranti di fascia più alta. «Questo è infatti il segmento che fa registrare il valore più elevato - conferma Angela Borghi, responsabile sviluppo TradeLab -: nei ristoranti Top & Gourmet si raggiunge l’88% di penetrazione del servizio». Più distanziati, seppur con percentuali ben al di sopra della media, si collocano anche gli esercizi di fascia medio-alta riuniti sotto la voce Smart, contraddistinti da uno scontrino medio di circa 35 euro, che rendono disponibile la mescita al calice nel 70,2% dei casi. In sostanziale linea con la media del mercato si pongono poi le Trattorie di qualità (64%) e il segmento dei Grande Multipurpose, che identifica locali dai grandi spazi spesso utilizzati in occasione di banchetti e cerimonie (63%). Il servizio infine dimostra minore appeal nel caso delle Pizzerie (58,2%) e delle Trattorie tradizionali (46%).

Tradelab-logoIl calice non rappresenta tuttavia l’unica modalità di somministrazione di vino alternativa alla bottiglia ad avere riscontrato successo negli ultimi anni. Sempre più utilizzata è infatti anche l’offerta di vino in caraffa: adottata nel 2007 dal 40,7% dei locali, oggi è praticata dal 53,3% degli esercizi. «In questo caso - spiega Borghi - l’exploit è dovuto soprattutto a segmenti di fascia medio-bassa come Trattorie di qualità (61,5%), Pizzerie (61,4%), Trattorie (60%), locali del segmento Grande Multipurpose (59,9%). Minore è invece il ricorso a questa tipologia di offerta da parte dei locali di posizionamento medio-alto, gli Smart, dove la percentuale si ferma al 50%, e da parte di quelli di alta o altissima gamma dove il dato crolla al 12,9%».

Anticipiamo in questa sede che carta dei vini, etichette e referenze straniere saranno al centro dell’ultimo appuntamento di analisi dei dati emersi dalle rilevazioni di TradeLab sulla presenza del vino nei ristoranti e nelle pizzerie italiane. Un appuntamento che troverà spazio domani sul nostro Mixerplanet e che intende rappresentare uno strumento in più offerto ai nostri lettori per interpretare il mondo enologico, protagonista dal 10 al 13 aprile di Vinitaly.