

ALTAGAMMA LANCIA IL PRIMO STUDIO SUI TOP WINES

Al via un'analisi sui consumi mondiali di vini di alta gamma. Le prime anticipazioni dal canale dei ristoranti stellati evidenziano la crescita del consumo di top wines e l'importanza dello storytelling

Milano, 10 aprile 2018. Sarà presentato Mercoledì 9 Maggio 2018, nell'ambito del Summit Seeds&Chips, *l'Altagamma Top Wine Study*, il primo studio estensivo sul consumo mondiale e sulle strategie di crescita per i produttori di vini di fascia alta, realizzato da Altagamma in collaborazione con EY - Parthenon.

Le prime evidenze emergono dalla ricerca qualitativa condotta sulla ristorazione internazionale di eccellenza, che è il canale privilegiato per la conoscenza e per il consumo dei vini di alta gamma. Sono stati intervistati 400 ristoratori stellati Michelin, su un complesso di 2700 esistenti, di cui il 40% pluristellati, con un fatturato medio di €3 milioni, situati per il 70% in location primarie in 8 Paesi del mondo (Italia, Francia, Germania, Regno Unito, Svizzera, USA, Cina e Giappone), con uno scontrino medio di €80-150 vini esclusi, un prezzo medio per bottiglia superiore a €100 per il 54% dei casi e una lista di almeno 200 vini. I ristoranti stellati Michelin generano nel loro complesso un fatturato annuo di circa €9 miliardi (superiore, ad esempio, a quello dell'intero comparto del Wellness Equipment).

Il 70% dei ristoranti stellati intervistati prevede una crescita significativa (>20%) del proprio fatturato nei prossimi 2-3 anni. Viene attribuito al vino circa un terzo del valore di questa crescita: **l'aumento del consumo di vino è dunque considerato una componente fondamentale della crescita dei ricavi dei ristoranti di fascia alta.**

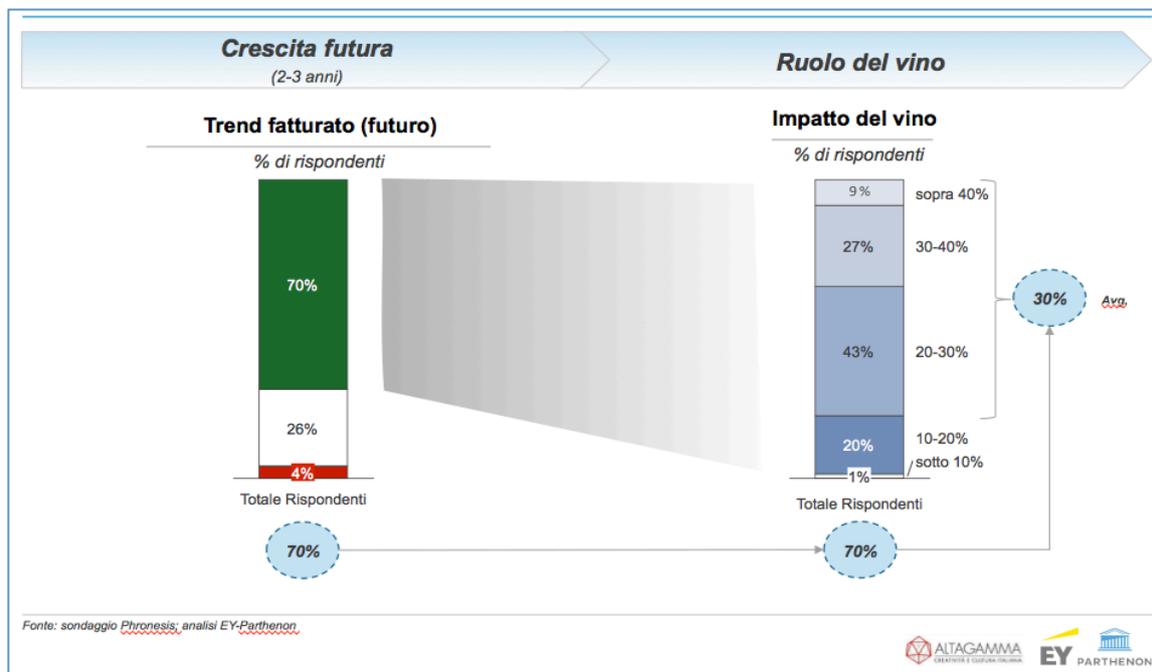
Scendendo infatti nel dettaglio, si evidenzia che **quasi la metà dei ristoratori vede un aumento del consumo di vino e lo imputa alla crescita del numero di consumatori** più che ad una maggiore spesa pro-capite. Inoltre, **la crescita del consumo è trainata dal segmento di vini di fascia alta: in un caso su due, da etichette con un prezzo superiore ai €100.**

Infine, lo studio evidenzia che per i ristoratori gli elementi di maggior valore nel rapporto con i distributori e i produttori sono la disponibilità di un **efficace storytelling** e di una proattiva **veicolazione di notizie sulla cantina e sulle etichette.** Questi elementi agevolano non solo la selezione dei vini, ma anche la relazione con il cliente finale.

“Già dai primi risultati dello studio in corso si evidenziano per i produttori Altagamma due grandi opportunità” dice Matteo Lunelli, Vice Presidente di Altagamma responsabile settore Alimentare. “La prima è che l’HoReCa, e in particolare il settore dei ristoranti stellati, continuerà la sua forte crescita trainata dal consumo di vino. La ristorazione di eccellenza sarà dunque per noi un’opportunità di incremento di business e, soprattutto, di crescita del posizionamento. La seconda è che lo storytelling è ritenuto dalla ristorazione l’elemento più importante nell’interazione con fornitori e distributori. Su questo il vino italiano può avere in futuro un forte vantaggio competitivo, grazie alla varietà e alle straordinarie qualità dei nostri territori, oltre alla capacità di innovazione delle nostre cantine. Lo studio suggerisce però che cruciale sarà l’abilità dei website aziendali e del

canale digitale di veicolare valori e narrazioni efficaci: per noi italiani, questa è una sfida da vincere, uniti.”

Ristoranti – Aspettative di crescita e ruolo del vino



Il 70% dei ristoranti dichiara di avere solide aspettative di crescita nei prossimi anni:
il 70% degli stessi ritiene inoltre che il vino impatterà sulla crescita per il 30%

Per ulteriori informazioni:

Edoardo Carloni - Tel: 3391618463 Email: carloni@altagamma.it

Fondazione Altagamma riunisce dal 1992 le migliori imprese dell'**Alta Industria Culturale e Creativa** che promuovono nel mondo l'eccellenza, l'unicità e lo stile di vita italiani. Unica per la sua **trasversalità**, Altagamma accoglie brand dei settori della moda, del design, della gioielleria, dell'alimentare, dell'ospitalità, della velocità e del wellness.

La sua **mission** è contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell'industria culturale e creativa italiana.

Le aree di attività spaziano dalle Ricerche alle Relazioni Istituzionali, dal Networking alla Formazione, dalla Cultura di Impresa alla Promozione dell'eccellenza italiana e del Sistema Paese. Il mercato dell'alto di gamma italiana vale circa €100 mld, con una quota di quasi il 10% del mercato mondiale. In Italia le imprese culturali e creative contribuiscono nella misura del 5% al PIL nazionale, realizzano con l'export il 50% in media del loro fatturato e impiegano circa 500mila persone tra occupati diretti e indiretti. www.altagamma.it