

Relazione tecnica sull'analisi dei dati ricavati con il questionario

“Che tipo di consumatori o intenditori di vino sono gli abitanti dell’Amiata?”

Le prime due domande del questionario, a differenza di tutte le altre, richiedono di inserire una risposta senza avere la possibilità di scelta fra diverse alternative.

Si chiede: “Qual è il primo tipo di vino che le viene in mente?” e “Sa dirmi da quale regione proviene?”

Il nostro scopo era quello di scoprire quale tipologia di vino conosceva il nostro campione, o perché lo aveva bevuto, o perché aveva avuto informazioni a riguardo.

La scelta del campione si è indirizzata principalmente verso i grandi vini del territorio, primo fra tutti il Brunello di Montalcino, come dimostrano la tabella e il grafico di *figura 1*.

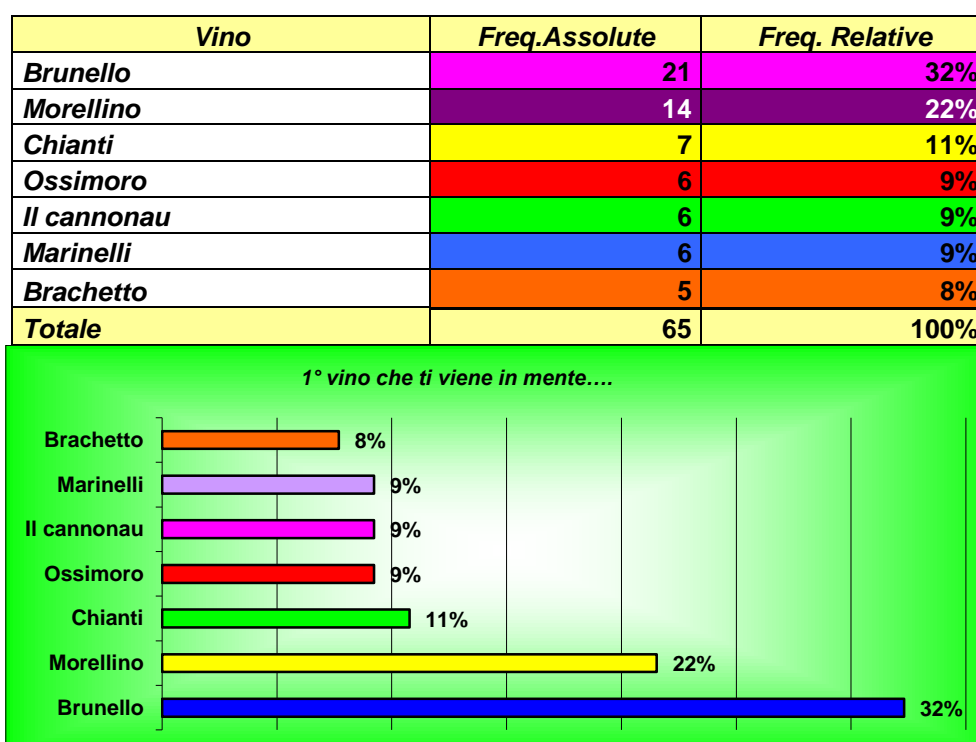


Figura 1

Per quanto riguarda la regione di provenienza del vino prescelto, la maggioranza del campione l’ha indicata correttamente.

La tabella di *figura 2* riguarda il consumo settimanale di vino per ogni tipologia: rosso, bianco, rosato e spumante. La maggioranza del campione dichiara di bere vino al massimo una volta alla settimana e questa

osservazione risulta vera per ogni tipo preso in esame. Coerentemente con quanto indicato nel primo quesito il tipo di vino più apprezzato è proprio il rosso per il quale la media dei consumi settimanali cresce.

| Rosso | | |
|--------------------------|-----------------------|-----------------------|
| | Frequ.Assoluta | Frequ.Relativa |
| <i>uno o meno di uno</i> | 31 | 53% |
| <i>Da due a quattro</i> | 12 | 21% |
| <i>Da cinque a sette</i> | 9 | 16% |
| <i>Più di sette</i> | 6 | 10% |
| Totale | 58 | 100% |
| Rosato | | |
| | Freq.Assoluta | Freq. Relativa |
| <i>uno o meno di uno</i> | 42 | 86% |
| <i>Da cinque a sette</i> | 4 | 8% |
| <i>Da due a quattro</i> | 2 | 4% |
| <i>Più di sette</i> | 1 | 2% |
| Totale | 49 | 100% |
| Bianco | | |
| | Freq.assoluta | Freq.relativa |
| <i>uno o meno di uno</i> | 44 | 85% |
| <i>Da due a quattro</i> | 6 | 12% |
| <i>Da cinque a sette</i> | 1 | 2% |
| <i>Più di sette</i> | 1 | 2% |
| Totale | 52 | 100% |
| Spumante | | |
| | Freq. Assoluta | Freq.relativa |
| <i>uno o meno di uno</i> | 41 | 73% |
| <i>Da due a quattro</i> | 11 | 20% |
| <i>Da cinque a sette</i> | 3 | 5% |
| <i>Più di sette</i> | 1 | 2% |
| Totale | 56 | 100% |

Figura 2

Le medie ponderate di consumo di vino settimanale sono indicate in *figura 3*.

| VINO | Consumo medio settimanale |
|----------|---------------------------|
| ROSSO | 3 |
| BIANCO | 1 |
| ROSATO | 2 |
| SPUMANTE | 2 |

Figura 3

Il nostro campione ha dichiarato, quindi, di consumare vino rosso mediamente tre volte a settimana, vino bianco e rosato due volte a settimana, vino spumante solo una volta a settimana.

Al quesito riguardante l'acquisto di vino, il nostro campione ha dichiarato di non comprare quasi mai questo prodotto, né al supermercato, né in enoteca, né direttamente dal produttore, il risultato ottenuto è coerente con le caratteristiche del campione che è costituito principalmente da ragazzi molto giovani; inoltre, alcuni degli intervistati hanno dichiarato di produrre personalmente vino per il proprio consumo in famiglia, alternativa che non era stata considerata al momento della redazione del questionario.

Dalle risposte date risulta che il consumatore campione beve vino principalmente in casa durante i pasti, indifferentemente a pranzo o a cena, come aperitivo o dopo cena e solo qualche volta fuori casa. Le tabelle di *figura 4* mostrano nel dettaglio la situazione appena descritta:

| A casa | | | FUORI CASA | | |
|-------------------|----------------|----------------|-------------------|----------------|----------------|
| | Freq. Assoluta | Freq. Relativa | | Freq. Assoluta | Freq. Relativa |
| Spesso | 37 | 63% | Abbastanza spesso | 24 | 41% |
| Occasionalmente | 12 | 20% | Mai/Quasi mai | 18 | 31% |
| Mai/Quasi mai | 7 | 12% | Occasionalmente | 17 | 29% |
| Abbastanza spesso | 3 | 5% | Spesso | 0 | 0% |
| Totale | 59 | 100% | Totale | 59 | 100% |

| A pranzo | | | Come Aperitivo | | |
|-------------------|----------------|----------------|-------------------|----------------|----------------|
| | Freq. Assoluta | Freq. Relativa | | Freq. Assoluta | Freq. Relativa |
| Abbastanza spesso | 23 | 39% | Abbastanza spesso | 27 | 46% |
| Mai/Quasi mai | 21 | 36% | Mai/Quasi mai | 17 | 29% |
| Occasionalmente | 13 | 22% | Occasionalmente | 14 | 24% |
| Spesso | 2 | 3% | Spesso | 1 | 2% |
| Totale | 59 | 100% | Totale | 59 | 100% |

| A Cena | | | Dopo Cena | | |
|-------------------|----------------|----------------|-------------------|----------------|----------------|
| | Freq. Assoluta | Freq. Relativa | | Freq. Assoluta | Freq. Relativa |
| Abbastanza spesso | 28 | 47% | Abbastanza spesso | 45 | 76% |
| Mai/Quasi mai | 16 | 27% | Mai/Quasi mai | 10 | 17% |
| Occasionalmente | 12 | 20% | Occasionalmente | 4 | 7% |
| Spesso | 3 | 5% | Spesso | 0 | 0% |
| Totale | 59 | 100% | Totale | 59 | 100% |

Figura 4

Risulta più interessante il prossimo quesito che riguarda gli aspetti di cui il consumatore tiene conto per scegliere il prodotto da acquistare. Le risposte concordano con le precedenti, a testimonianza di una compilazione attenta del questionario da parte dei rispondenti. La maggioranza del nostro campione dichiara di scegliere il vino in base alla zona di produzione e all'annata, di non tener conto della confezione; ma in modo moderato delle indicazioni sull'etichetta. L'unica voce in disaccordo con quanto espresso precedentemente è il prezzo: il 41% del campione dice di badare molto al prezzo e il 32% abbastanza, solo il 27% ne tiene conto poco o per niente. Tale voce potrebbe sembrare in contrasto con la scelta di vini d'annata e di provenienza geografica garantita. Nella *figura 5* sono riportate le percentuali di risposta a questo quesito.

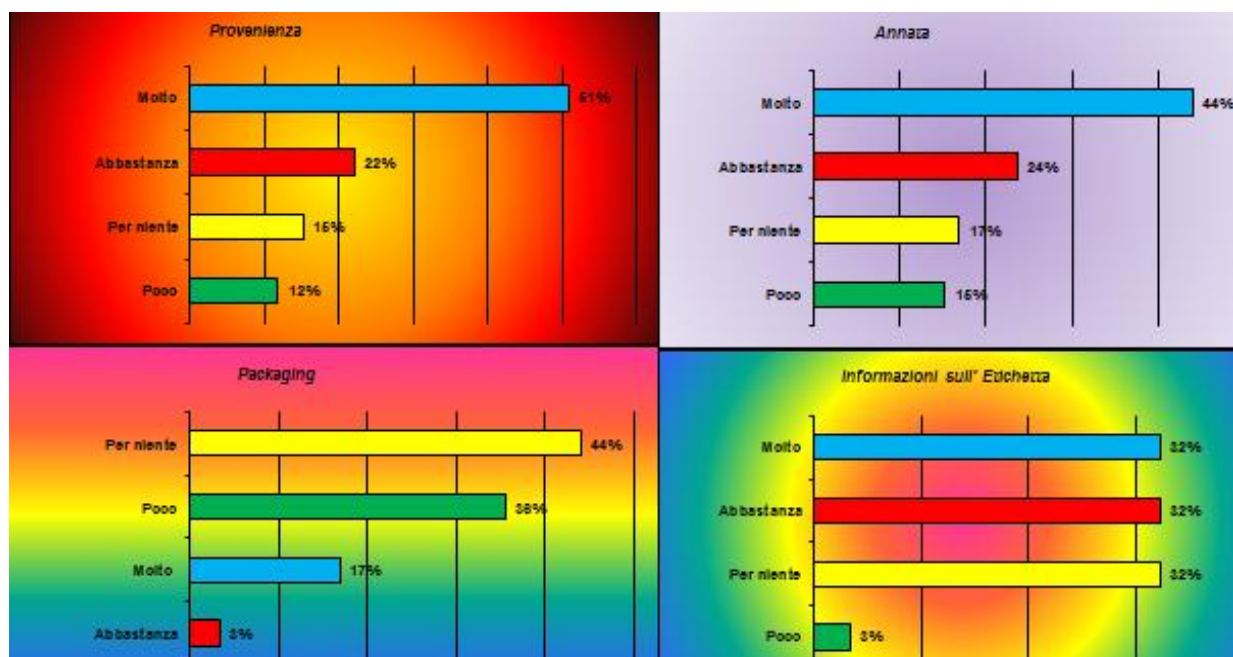


Figura 5

Il nostro campione sembra apprezzare le sagre come occasione per conoscere i prodotti tipici del territorio e per degustare vini, ma una minoranza, pari al 13%, legge anche riviste specializzate, come risulta dalla *figura 6*. Probabilmente le varie occasioni che il territorio offre nel settore enogastronomico sono viste come momenti importanti di aggregazione sociale e di apertura ad un certo tipo di turismo.

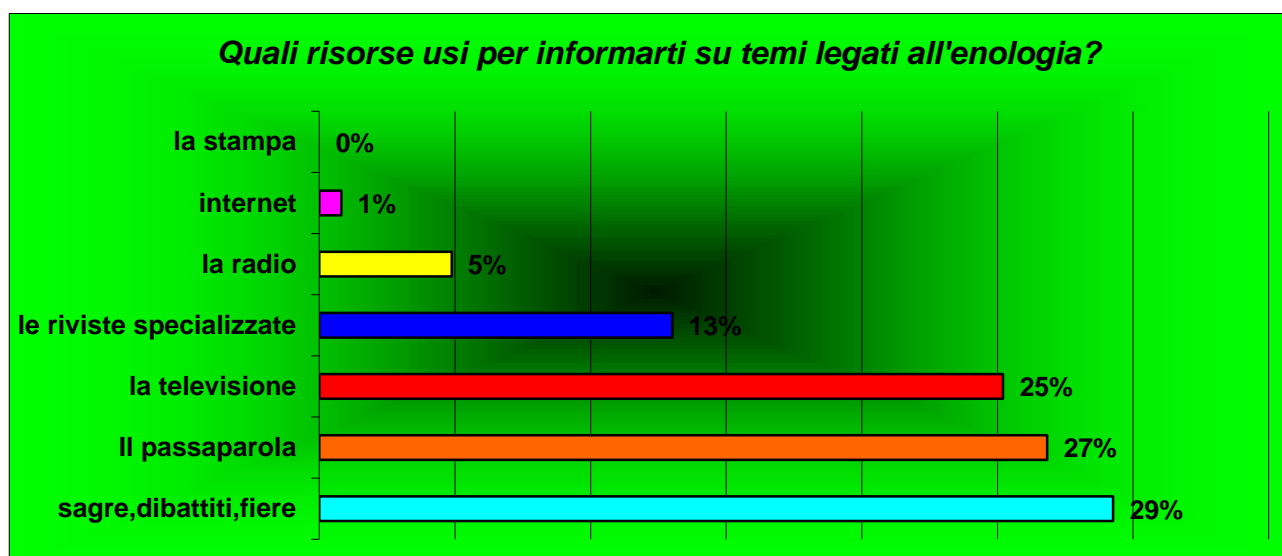


Figura 6

Con il quesito successivo si tenta di conoscere quali temi legati all'enologia interessano maggiormente il campione, coerentemente a quanto precedentemente dichiarato, i rispondenti vorrebbero maggiori informazioni sul calendario delle manifestazioni eno-gastronomiche, una buona parte è interessata alle cantine produttrici di vini come risulta dalla *figura 7*.

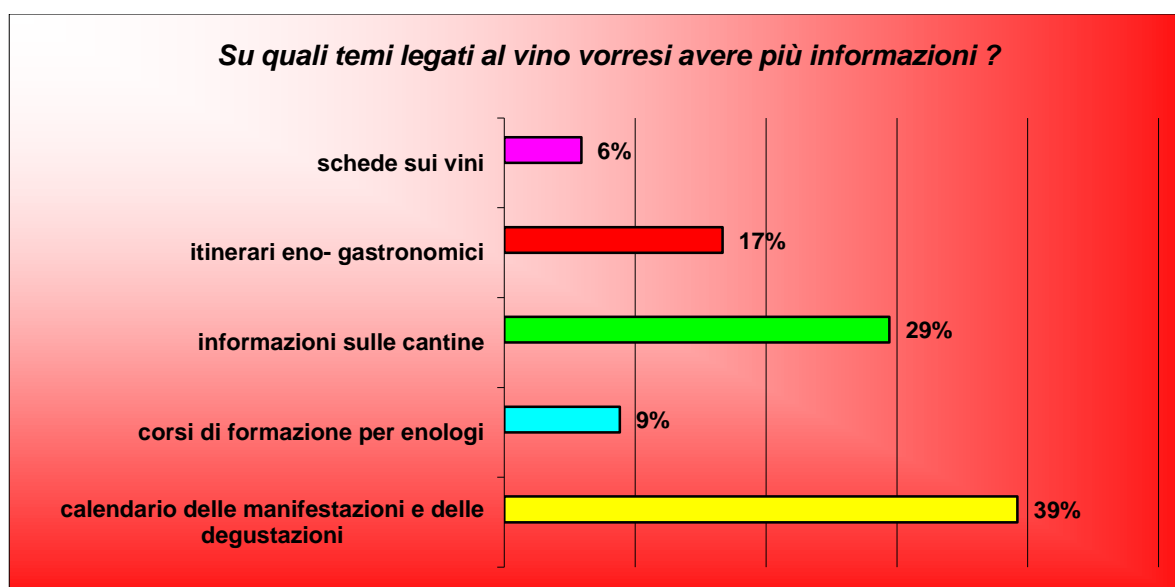


Figura 7