

La mejora de la oferta y servicio del vino en la restauración

“Aportación de ideas para mejorar la venta y consumo responsable del vino en España”

Por Emiliano García Domene

PARTE I – REFLEXIONES Y EXPERIENCIAS SOBRE EL PAPEL DE LA RESTAURACIÓN



tradición
bajo

REFLEXIÓN

Reflexión: de dónde venimos

EL CONSUMO DEL VINO, CULTURA GASTRONÓMICA MILENARIA



- De la importancia del concepto de Taberna
- De la preservación del espíritu de la taberna en la cultura gastronómica española.
- Reivindicar una identidad.

Reflexión: REIVINDICAR UNA IDENTIDAD - LA TABERNA

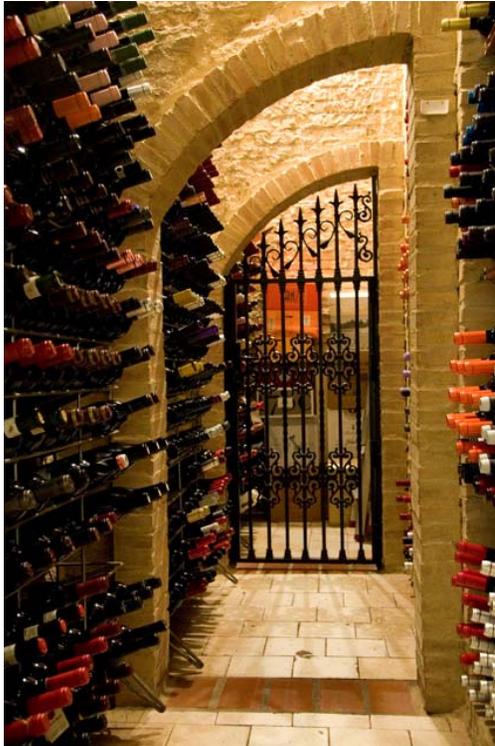


Reflexión: el éxito de la cerveza



- Aplicación de políticas paternalistas hacia el hostelero
- La alta rotación del producto
- Excelente logística
- Facilidad de despacho

Reflexión: recuperar terreno perdido



NORMALIZAR EL SERVICIO DEL VINO

- Compra, gestión y mantenimiento de la bodega
- Preparación de la carta de vinos
- Eliminar tics

Reflexión: recuperar terreno perdido

LA CLAVE ESTÁ EN LOS JÓVENES

- Asociar el consumo a momentos de ocio cultural
- Poner en valor los vinos jóvenes, rosados y blancos
- Emocionar a los jóvenes



Grupo de jóvenes de visita a la bodega Aranleón



Jóvenes riojanos



tra dición
bajo

experiencia

EXPERIENCIA



TABERNA DESDE
1836

- Filosofía
- Oferta comercial
- Tecnología
- Formación –
Seminarios
- Compromiso social

Experiencia: CASA MONTAÑA



FILOSOFÍA

- Ambiente temático
- Conjuga tradición – taberna – modernidad

Experiencia: CASA MONTAÑA



Cursos y seminarios – Todo el año - Gratuitos



Acto presentación
clóchina valenciana

FILOSOFÍA

- Promoción de la cultura del vino: seminarios y catas
- Apoyo a la cultura gastronómica

Experiencia: CASA MONTAÑA



OFERTA COMERCIAL

- Carta de vinos (más de 1000 referencias)
- Propuesta de vinos de la semana y 1 del día
- Vino por copa o botella
- Buena relación calidad-precio



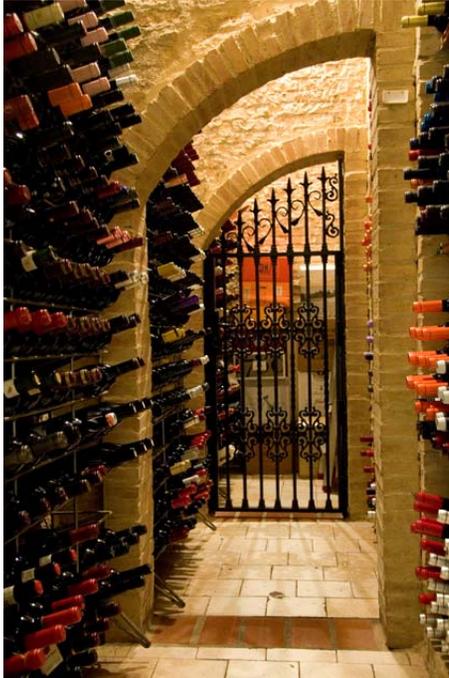
Experiencia: CASA MONTAÑA



SERVICIO DEL VINO

- Temperatura y humedad adecuadas
- Buena conservación
- Copas adecuadas de cristal
- Personal amable, correcto sin pretensión

Experiencia: CASA MONTAÑA



TECNOLOGÍA

- Lavado con tratamiento de osmosis al agua
- Cámaras de conservación
- Vitrinas refrigeradas para vinos
- Bolsas de papel reciclado para llevar la botella con el vino no consumido

Experiencia: CASA MONTAÑA



RESULTADO

Más de 20.000 botellas consumidas al año entre las distintas referencias.

Experiencia: CASA MONTAÑA



Conciertos



COMPROMISO

- Fundación Eutherpe
- Club de futbol Casa Montaña – CUC Chacarita
- Fundación AIXEC



Club de futbol
Casa Montaña
- Cáritas



Reflexión: crítica al margen sobre el precio del vino

CAMBIOS EN LAS EXIGENCIAS DEL CONSUMIDOR

- Mantener una oferta en hostelería atractiva
- Servicio profesional
- Carta dinámica
- Tecnología
- Gestión del stock



Obliga a una rigurosa política de precios.

PARTE II – APOYO A LA RESTAURACIÓN, COOPERACIÓN Y COORDINACIÓN DE OTROS AGENTES RESPECTO AL CONSUMO DEL VINO



Cooperación
y Coordinación

apoyo

Apoyo: El papel de los organismos de segundo grado



LA FORMACIÓN COMO EJE

- 134 cursos de sumillería
- 2091 profesionales formados en el último año

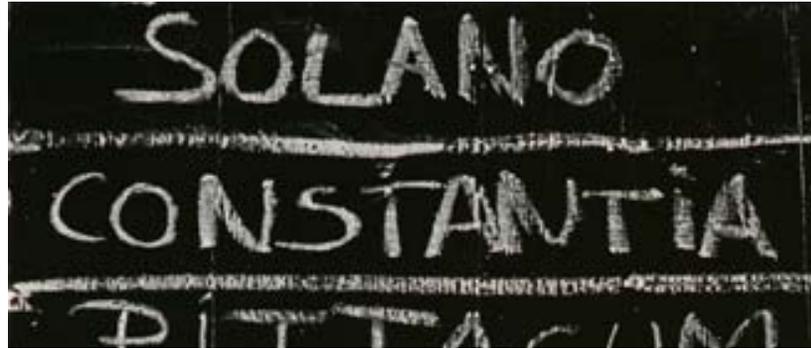
Apoyo: El turismo del vino



IMPACTO

- Poner en valor su identidad a través de la apuesta por la autenticidad y tipicidad
- Desarrollo económico de la zona a través del turismo
- Difusión de la cultura del vino y la gastronomía de la zona

PARTE III – PROPUESTAS



PROPUESTAS



PROPUESTAS

Reivindicar el epígrafe de taberna

Emocionar a los jóvenes:

- Estimular el consumo responsable participando de sus actividades culturales y de ocio.
- Trabajar en la línea de la relación del medio ambiente, la salud y el vino
- Poner en valor el consumo de vinos jóvenes, blancos y rosados.



PROPUESTAS

Reflexionar sobre políticas comerciales

- Políticas de precios
- Incentivar estrategias para la rotación del producto
- Club de productos

Aprovechamiento de las TIC

- Redes sociales
- Blogs
- Vídeos Online



PROPUESTAS

Buscar fórmulas de confianza y flexibilización

Acercar el consumidor al productor mediante el aprovechamiento de las TIC

Normalizar el servicio del vino.

Acercar la bodega al consumidor: el enoturismo.



GRACIAS POR SU ATENCIÓN ...