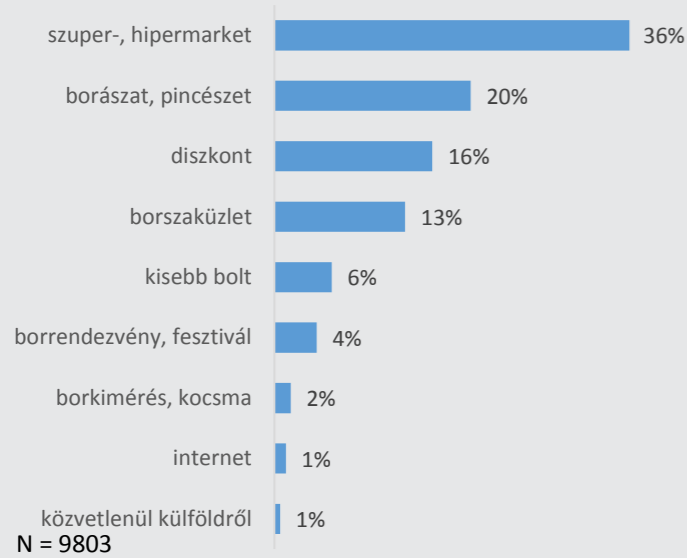
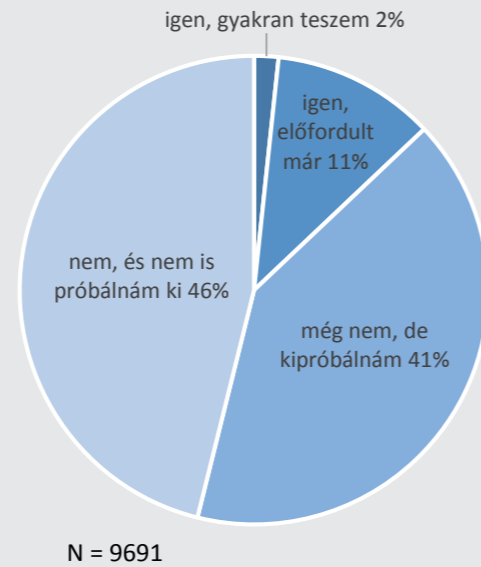


A borvásárlás helye



A válaszadóknak azt kellett megjelölniük, hogy a fenti helyeken milyen arányban vásárolnak bort. Látható, hogy a szuper- és hipermarket jelentősen vezet, amelyet a borászat-pincészet, a diszkont, illetve a borszaküzlet követ. Ez nagyon hasonló a 2016-os értékekhez.

Borvásárlás interneten



Az előző évi eredményekhez képest nőtt az internetes borvásárlás iránti nyitottság, a válaszadók nagyobb fele használja, vagy kipróbálná ezt a csatornát.

A kutatás háttere, módszertana

Több mint 15 ezer internetező töltötte ki a kérdőívet, amely a WineLovers, a Borászporthál, a Vinoport, valamint a Borkollégium közreműködésével készült. A nagy minta nemcsak a felmérés jelentőségét növeli, hanem a kulturált borfogyasztásra is felhívja a figyelmet.

Cél mellett a hazai borpiac számára aktuális információval szolgálni a borfogyasztási és -vásárlási szokásokról. Jelen kiadványban csupán az eredmények egy kis részét tudjuk bemutatni, később részletes tanulmány is készül a kutatásról. Most azon közel 10 ezer megkérdezett válaszait ismertetjük, akik nem boros oldalról értesültek a tesztéről, így egy általános fogyasztói csoport véleményét képviselik. Az adatfelvétel 2017. június és augusztus között zajlott online megkérdezéssel. A kérdőív kitöltésének hossza kb. 10-15 perc volt.

A felmérést terveink szerint az elkövetkezendő években is elvégezzük. A tavalyi eredmények az alábbi linken érhetők el:

nagyborteszt.hu/eredmenyek_2016.pdf



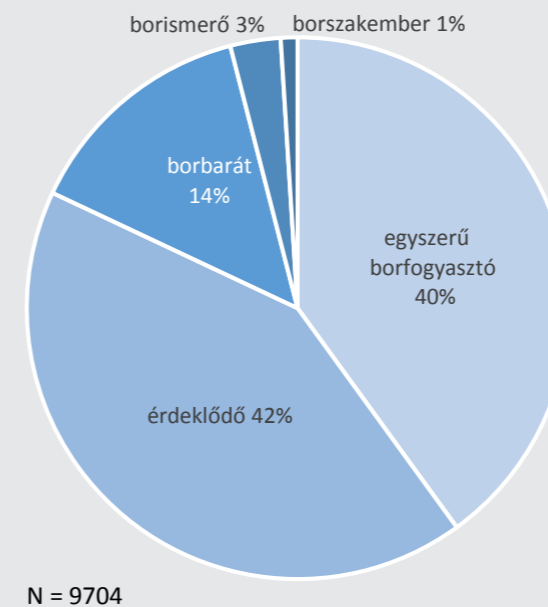
További információ:
info@nagyborteszt.hu
nagyborteszt.hu

Az elemzést készítette:
 Harsányi Dávid és Hlédik Erika



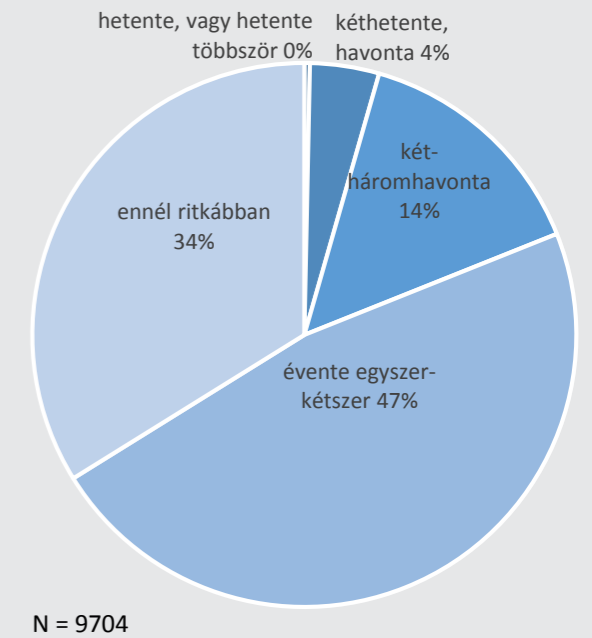
2017 nyarán másodszorra került megszervezésre hazánk legnagyobb boros felmérése, amely az internetező magyar lakosság borfogyasztási és borvásárlási szokásait vizsgálta. A kiadványban közel 10 ezer megkérdezett válaszait ismertetjük.

Borfogyasztói kategóriák



A válaszadókat most is megkérdeztük, hogy milyen borfogyasztónak gondolják magukat. Az előző évhez képest az egyszerű borfogyasztók aránya kissé alacsonyabb volt, ugyanakkor a többi kategória aránya nőtt. Ez optimizmusra adhat okot, ugyanakkor az eredményt körültekintéssel kell kezelni, hiszen ez adódhatott abból is, hogy egyszerűen többen válaszoltak a borhoz jobban értők közül. Fontos azonban megjegyezni, hogy az elemzésbe azok kerültek bele, akik nem boros, hanem általános weboldalról értesültek a kérdőívről.

Boros rendezvények látogatása



A válaszadók kétharmada évente legalább egyszer-kétszer ellátogat boros rendezvényekre, tehát a pincészeteknek érdemes részt vennie az eseményeken, hiszen a közönség nagyrésztét közvetlenül is elérhetik ilyenkor. Az előző évihez képest egyébként nagyobb arányban nyilatkoztak úgy, hogy legalább két-háromhavonta ellátogatnak boros rendezvényekre.

Főtámogató



Támogatók

BORÁSZPORTÁL.hu

VINOPORT.hu



Főtámogató

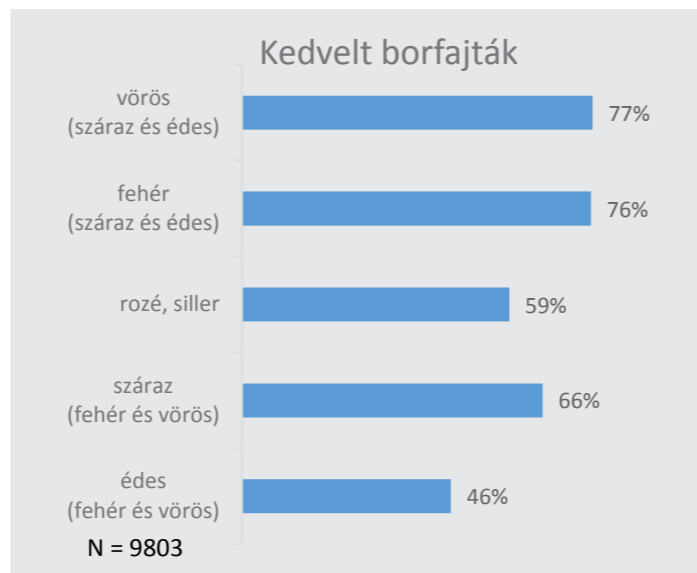
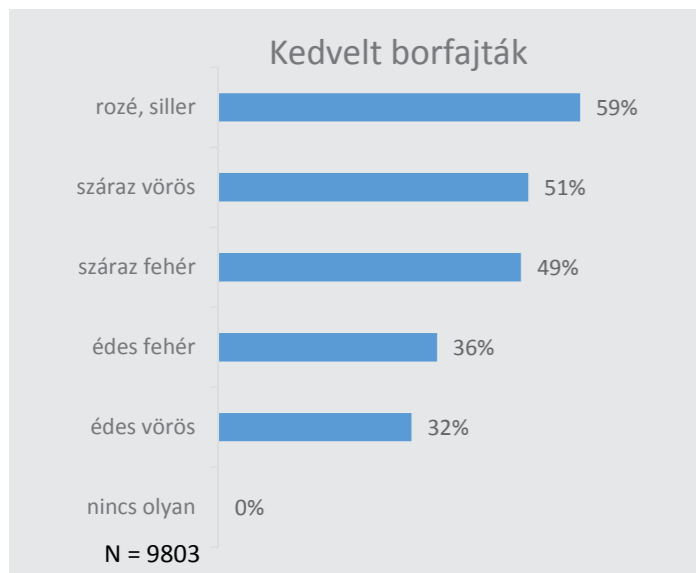


Támogatók

BORÁSZPORTÁL.hu

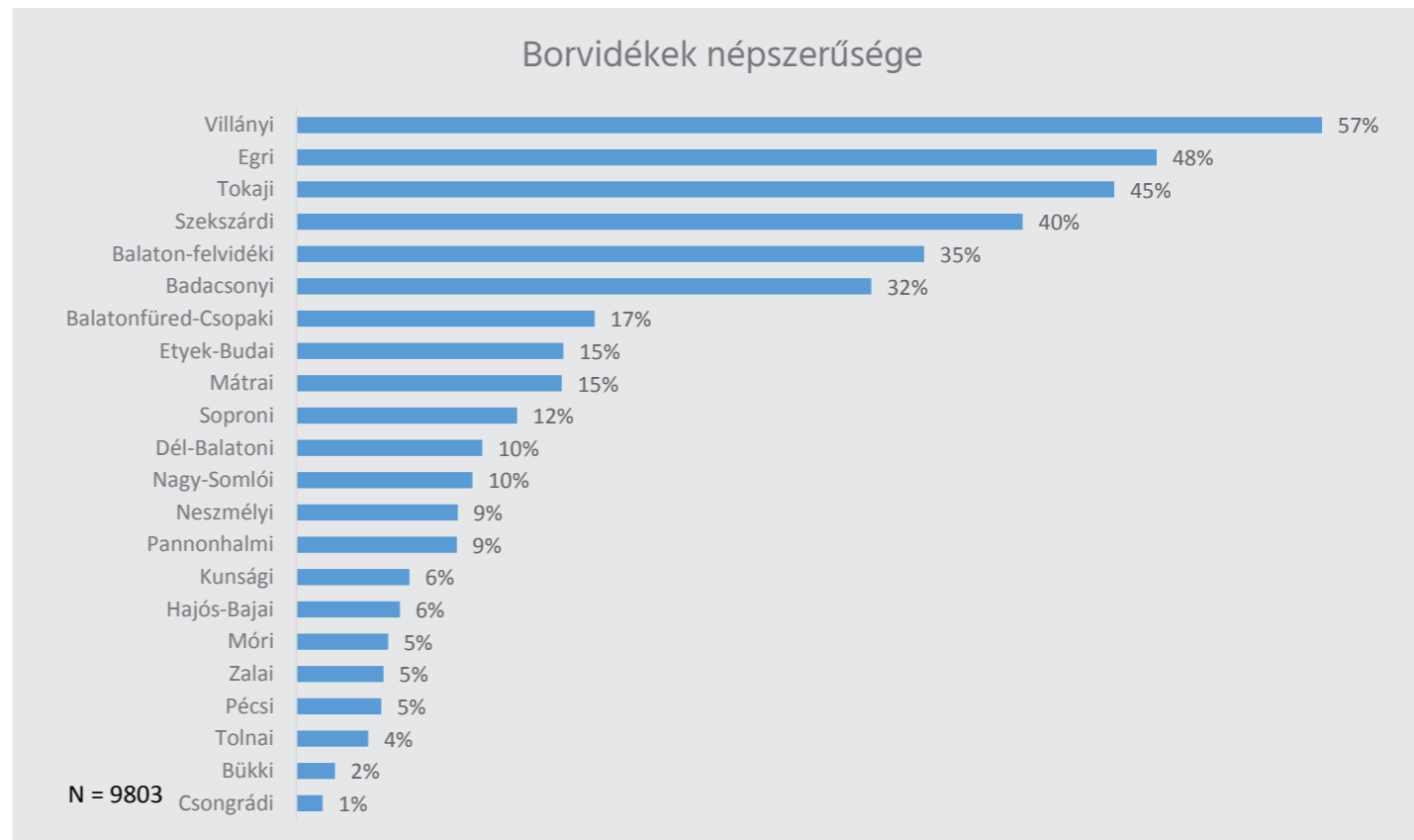
VINOPORT.hu



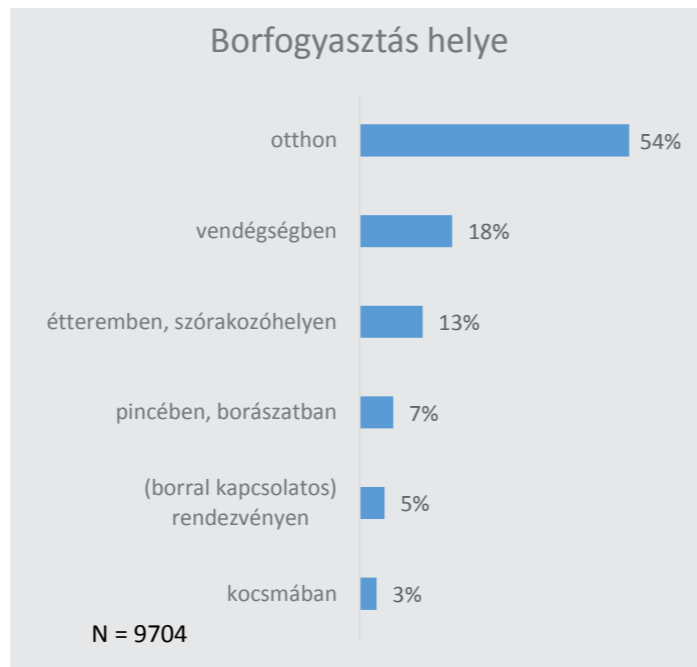
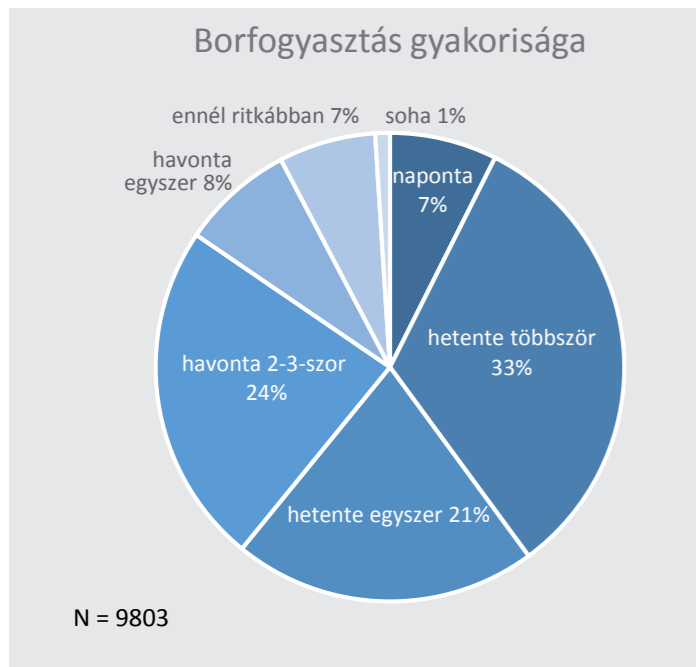


A válaszadók a fenti hat kategóriából jelölheték meg azokat, amelyeket szeretnek. A száraz borok kedveltsége most megelőzte az édes borokét, amely adódhatott a piac fejlődéséből, ugyanakkor a mintaösszetétel eltéréseiből is. Továbbra is jelentős a rozé népszerűsége.

Amennyiben összevonjuk a válaszokat szín és szárazsági fok szerint, láthatóvá válik, hogy a vörösbor népszerűsége éppen csak megelőzi a fehérborét, de a rozé sem marad le túlságosan. A száraz borokra nyitottabbak a válaszadók, és az is megfigyelhető, hogy kevesen vannak, akik mind a száraz, mind az édes bort fogyasztják (12%).

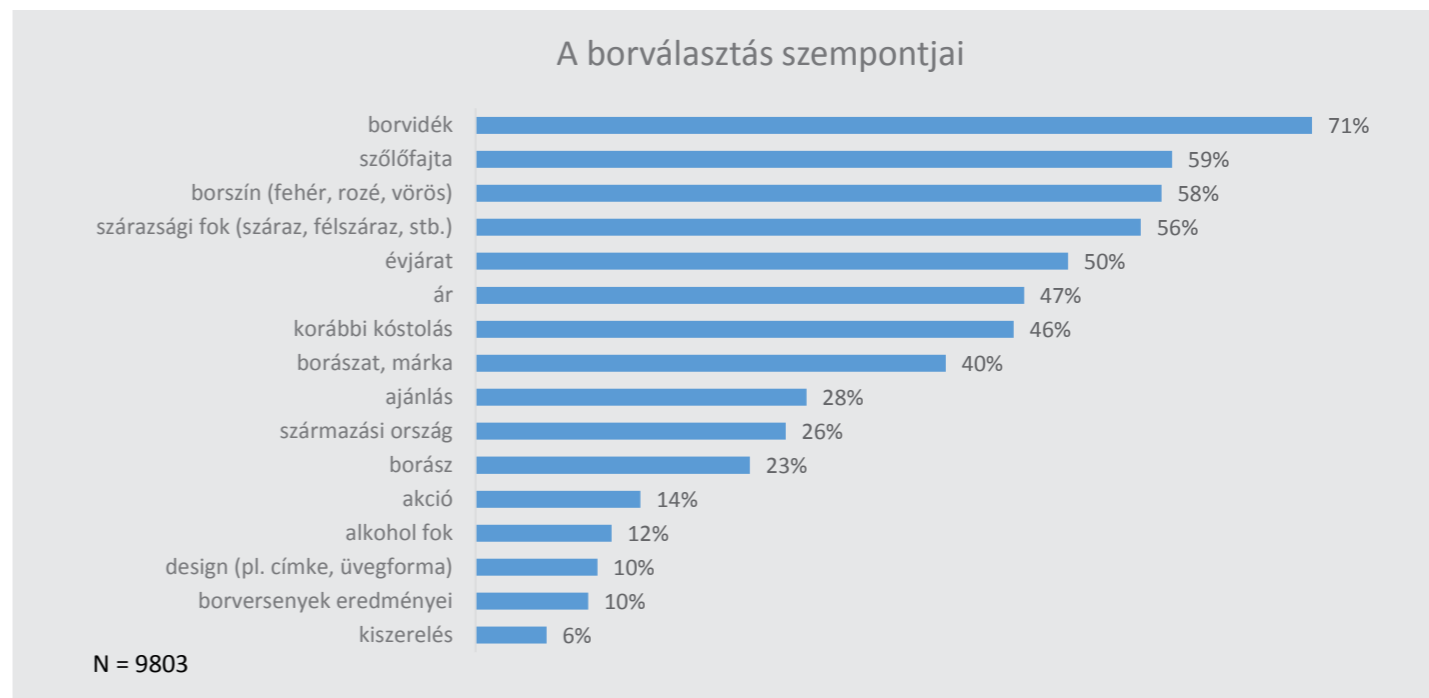


A válaszadók bejelölhettek minden olyan borvidéket, ahonnan – saját megítélésük szerint – rendszeresen fogyasztanak bort. Továbbra is vezet a „nagy hármas” Villány, Eger és Tokaj, amelyeket megközelített az „üldöző boly”: Szekszárd, Balaton-felvidék és Badacsony. Szokatlan, hogy Villány ennyire kiemelkedik a mezőnyből, és tavaly Badacsony a Balaton-felvidék előtt végzett. Az utóbbi eltérés azonban csupán néhány százalékot jelent.



A minta több, mint 60%-a legalább hetente egyszer fogyaszt bort, és szinte nincsen olyan, aki soha.

A válaszadóknak azt kellett megjelölniük, hogy a fenti helyeken milyen arányban fogyasztanak bort. Látható, hogy a minta átlagosan leginkább otthon fogyaszt bort, amelyet sorrendben a vendégség és az étterem-szórakozóhely követ.



A válaszadók bejelölhettek minden olyan szempontot, amelyet figyelembe vesznek borválasztásnál. A válaszok hasonló mintázatot mutattak, mint előző évben, a borvidék most is egyértelműen a legfontosabb szempont lett.