

Ripartizione per canale di vendita degli acquisti domestici in volume nel 2003

	Super+Iperm ercati	Liberi servizi	Discount	Alimentari tradizionali	di cui bottiglierie ed enoteche	Alimentari specialisti freschi	Cash&Carry/ Grossisti/Sp accio prod*	Ambulanti	Produzione propria°	Totale
Vino e spumante	56,2%	6,2%	9,0%	16,4%	9,0%	1,2%	6,8%	1,1%	3,1%	100,0%
Vino	55,0%	6,5%	9,2%	16,5%	9,5%	1,3%	7,1%	1,1%	3,3%	100,0%
- Confezionato	65,8%	7,6%	11,0%	11,2%	6,2%	1,4%	1,5%	1,0%	0,6%	100,0%
<i>Doc-Docg</i>	72,2%	4,9%	9,4%	10,5%	6,1%	0,1%	2,3%	0,3%	0,3%	100,0%
<i>Da tavola</i>	63,6%	8,5%	11,6%	11,4%	6,3%	1,8%	1,2%	1,2%	0,7%	100,0%
- Sfuso	1,6%	1,0%	0,2%	43,0%	25,8%	0,8%	34,9%	1,7%	16,8%	100,0%
<i>Doc-Docg</i>	2,5%	2,5%	0,0%	29,7%	12,0%	0,2%	61,1%	0,3%	3,8%	100,0%
<i>Da tavola</i>	1,4%	0,8%	0,3%	45,4%	28,2%	0,9%	30,3%	1,9%	19,1%	100,0%
Spumante	74,0%	2,3%	5,6%	14,5%	1,5%	0,3%	2,5%	0,7%	0,2%	100,0%

* Includono gli acquisti diretti nelle cantine.

° Autoconsumo

Fonte: Osservatorio Ismea-Nielsen.