

Vino, per gli italiani è un piacere. Ma solo uno su quattro sa cosa sta bevendo

martedì 09 aprile 2019

Il vino è un tassello della cultura made in Italy. Il rapporto degli italiani col vino è fatto soprattutto di piacere dei sensi, tanto è vero che solo un quarto dei consumatori si dice ingrado di riconoscere ciò che sta bevendo.

Il vino piace, comunque, ed è una passione che muove 14,3 miliardi di euro nel 2018. In Italia quasi nove persone su dieci bevono vino e le differenze passano soprattutto per età, frequenza e tipo di vino consumato. Il vino insomma si pone come uncollante fra generazioni.

Sono alcuni degli spunti che arrivano dall'indagine Mercato Italia – Gli italiani e il vino, realizzata da Vinitaly con l'Osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor e presentata in apertura del Salone. “Si beve meno – il 26% di volumi ridotti rispetto a vent'anni fa – ma lo fanno praticamente tutti e in modo più responsabile: la media è di 2-4 bicchieri a settimana, consumati soprattutto in casa (67%) in particolare dai baby boomers (55-73 anni, al 93%), ma è rilevante la quota di tutte le generazioni, con i millennials (18-38 anni) che evidenziano già un tasso di penetrazione pari all'84%. Dato in aumento sia a casa che fuori casa”: questi i principali risultati dello studio. Si beve meno, dunque, ma il mercato del vino tiene e produce un valore al consumo che, secondo l'analisi, è stimato dall'Osservatorio in 14,3 miliardi di euro (dato 2018).

Per la maggior parte degli intervistati il vino è tradizione, eleganza e cultura. “E se è vero che il vino rosso rimane il favorito in tavola, lungo la Penisola cambiano le preferenze sulla base di vecchie e nuove abitudini al consumo e della vocazione delle diverse aree vitate – prosegue la ricerca – Chi beve vino rosso lo fa almeno 2-3 volte la settimana mentre per le altre tipologie il consumo è più episodico, in particolare nel fuori casa. Nelle città metropolitane, dove il tasso di penetrazione è uguale o leggermente superiore alla media italiana (91% a Napoli contro 88% in Italia) e si abbassa l'età media dei consumatori, Roma beve molto più vino bianco rispetto alla media italiana (25% vs 18%) mentre a Napoli i rossi dominano nelle preferenze e a Milano lo sparkling presenta punte di consumo ben superiori alla media, come pure i rosati nei capoluoghi meneghino e partenopeo”.

Quello fra italiani e vino è un rapporto edonistico, fatto di soddisfazione dei sensi più che di conoscenza, tanto che solo un quarto dei consumatori si dice capace di riconoscere quello che sta bevendo. Sono più “esperti” gli uomini (33% contro il 18% delle donne), i residenti del Nord-Ovest (31%), chi ha un reddito più alto (45%) e titolo di studio più alto (laureati al 39%). “Tra i criteri di scelta, il territorio di produzione la spunta su denominazione e vitigno – prosegue la ricerca – Assieme sommano il 61% delle risposte e si rivelano molto più importanti di prezzo, brand aziendale, consigli di sommelier e caratteristiche green”. Quali tendenze per il futuro? I consumatori puntano su biologici e vini facili da bere. “Tra i ‘saranno famosi’ nei prossimi 2-3 anni, i consumatori indicano invece gli autoctoni (28%), i biologici (19%), i vini veneti, piemontesi, toscani, pugliesi e siciliani e quelli leggeri, facili da bere e da mixare”.

Il quadro indagato dall'Osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor – che ha realizzato focus su 6 regioni (Veneto, Lombardia, Piemonte, Toscana, Campania e Sicilia) e 3 città (Roma, Milano e Napoli) – rende un'Italia del vino abbastanza uniforme nelle abitudini al consumo, con una lieve prevalenza al Nord, dove anche si concentra una maggior conoscenza del prodotto. Volga, in particolare in Lombardia e Veneto, il consumo di spritz (attorno al 40% nel fuori casa) e più in generale dei vini mixati nelle grandi città, dove è maggiore anche la propensione alla vacanza enoturistica, in particolare a Milano (36%). Il rosso, primo tra i consumi, domina al Sud, in Piemonte e in Toscana, mentre in Veneto è altissima l'incidenza degli sparkling. Più marcate le differenze sulla conoscenza dei grandi vitigni: chiamati a indicare la provenienza regionale di Amarone della Valpolicella, Brunello di Montalcino e Franciacorta, solo 1 italiano su 4 risponde correttamente.