

Il calo del consumo di vino non è solo questione di moderazione

scritto da Veronica Zin | 11 Febbraio 2025



Il calo del consumo di vino non è solo una questione di moderazione. Le pressioni economiche e i cambiamenti culturali stanno rivoluzionando il mercato e il comportamento dei consumatori, con una crescente attenzione al wellness e alla premiumizzazione delle scelte.

Ogni anno, a gennaio, il Dry January si prende la scena, diventando il bersaglio facile per giustificare il calo dei consumi di vino. Ma è davvero così? Guardare solo a questa tendenza rischia di farci perdere di vista le vere cause: **pressioni economiche, nuove priorità dei consumatori e una trasformazione culturale che sta ridefinendo il rapporto con il vino e con il mondo delle bevande alcoliche.**

Infatti, un recente video della linea *Speakeasy*, IWSR – il principale osservatorio globale sul mercato delle bevande alcoliche – ha affrontato il tema dell'[impatto della moderazione e di altri cambiamenti nel comportamento dei consumatori sul panorama delle bevande alcoliche](#).

I relatori **Richard Halstead** – Chief Operating Officer per Consumer Insights di IWSR, e **Ivana Mitic**, Product Lead di Bevtrac, hanno analizzato come il calo del consumo di alcolici non sia riconducibile solamente all'attuale tendenza di moderazione, ma anche alle pressioni economiche.

Il consumo di bevande alcoliche in generale – spiega Richard Halstead – sta registrando una flessione significativa, attribuibile a **due cause principali**.

Innanzitutto, le pressioni economiche: “le famiglie stanno affrontando una crescente pressione sui bilanci a causa dell'aumento dei prezzi e questo comporta una **riduzione della spesa per prodotti non essenziali, incluso l'alcol**”, spiega Ivana Mitic

A tal proposito, Halstead aggiunge che il denaro che in passato veniva dedicato all'acquisto di bevande alcoliche “è ora reindirizzato verso **altre categorie come cibo di alta qualità, viaggi e il settore del wellness**. Anche nelle occasioni sociali, i consumatori tendono a limitare il numero di bevande consumate per tenere sotto controllo la spesa complessiva”.

I dati dimostrano che **i consumatori investono nella cura personale**, tant'è vero che il settore wellness è cresciuto del 30% dal 2022 al 2023 e si prevede una crescita di 9 trilioni di dollari entro il 2028, ha aggiunto Mitic.

Leggi anche: [Le tante cause del calo dei consumi di vino](#)

Anche **la moderazione gioca un ruolo attivo sul calo dei consumi delle bevande alcoliche**. Tuttavia, i relatori hanno

messo in luce importanti aspetti che riflettono il divario crescente tra fasce di reddito.

“Il gap tra high-income e low-income dimostra una **differenza sulle abitudini di consumo**: le persone con un reddito alto tendono ad uscire di più, a spendere di più per beni discrezionali e si definiscono più felici; le persone con un reddito basso, invece, tendono a rifiutare certe categorie di prodotto e si definiscono poco fiduciosi per il loro futuro e per lo stato delle loro finanze”, spiega Halstead.

Leggi anche: [Fondamentale comprendere bene le ragioni del calo dei consumi di vino](#)

Mitic ha poi parlato delle scelte di prodotto da parte dei consumatori spiegando non solo che le bevande no-low alcohol sono in aumento, con la birra che è la regina della categoria, ma anche che **i consumatori con redditi più bassi tendono a privilegiare distillati premium e super premium, acquistandoli in quantità ridotte**.

“Circa un terzo dei consumatori a basso reddito negli Stati Uniti ha acquistato tequila premium lo scorso anno. I consumatori con redditi più alti, invece, si orientano verso birre premium. Questo segmento consente di ridurre i costi rispetto ai distillati di fascia alta, mantenendo però una percezione di qualità”, ha detto Mitic.

Dai dati è emerso, dunque, che nonostante i volumi siano in calo, **il valore delle vendite di prodotti premium sta aumentando, segno di una crescente attenzione alla qualità**.

Le analisi di IWSR confermano, dunque, che il calo dei consumi delle bevande alcoliche non è imputabile solo ad una questione economica, ma riflette un cambiamento strutturale nel comportamento dei consumatori. Cambiamento che, secondo le previsioni di Halstead e Mitic, continuerà anche per tutto il 2025: “la moderazione è destinata a rimanere una tendenza dominante fino al 2025, portando ad una riduzione complessiva

dei volumi consumati, ad una crescente *premiumizzazione* delle scelte di consumo e ad un maggior interesse per le alternative analcoliche e per il benessere personale.

Leggi anche: [Calo consumi vino: i pericolosi "alibi" dei prezzi alti e della salute](#)

Punti chiave

1. Il calo del consumo di vino riflette **dinamiche economiche e culturali**.
2. **Le famiglie spendono meno per alcolici**, preferendo viaggi e wellness.
3. **I consumatori cercano qualità e alternative analcoliche**.