# Chi sono i wine lover in Italia: identikit per conoscerli

scritto da Redazione Wine Meridian | 20 Ottobre 2023



In Italia, terra del buon vino e della cucina straordinaria, essere un amante del vino o “wine lover” è molto più di una semplice etichetta; è una passione radicata nella cultura. **Ma come possiamo distinguere i veri “wine lover” dai bevitori occasionali?**

Questa distinzione va oltre il semplice atto di bere vino: coinvolge la propensione a formulare giudizi, la conoscenza approfondita del mondo enologico e **la tendenza alla degustazione piuttosto che al mero consumo.**

Durante la **Milano Wine Week, CGA by NielsenIQ (NIQ)**, leader nella consulenza per la misurazione e l’analisi nel settore on

premise, ha presentato un’indagine approfondita per svelare il panorama italiano del consumo di vino fuori casa. Questo studio è stato realizzato all’interno di “Casa Masaf”, uno spazio speciale creato per l’occasione dal Ministero dell’Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste.

# Chi sono i wine lover in Italia?

Dall’indagine di CGA by NielsenIQ emerge che gli amanti del vino in Italia presentano alcune caratteristiche e preferenze distintive:

- **Passione e priorità:** i veri amanti del vino considerano l’uscita per mangiare e bere fuori casa come una priorità fondamentale, con il 60% di loro che mette questa esperienza al primo posto fra le loro attività. Nonostante l’attuale aumento dei costi della vita, tendono a mantenere il loro impegno a godersi il vino.
- **Frequenza e spesa**: Il 71% di questi appassionati frequenta locali con regolarità, spendendo la stessa cifra o addirittura di più rispetto a tre mesi fa. Sono disposti a investire nel loro piacere, con un reddito familiare medio superiore ai 38.000 euro e una spesa mensile di circa 103 euro per mangiare e bere fuori casa.
- **Età e località:** il 44% di loro si colloca nella fascia d’età degli over 55 e vive principalmente in grandi aree urbane, evidenziando una distribuzione demografica specifica.
- **Birra vs. vino**: nonostante la crescente popolarità delle birre artigianali e degli aperitivi, il 40% dei consumatori italiani preferisce il vino come bevanda alcolica. Questo posiziona il vino come la terza categoria più amata dopo la birra e gli aperitivi.

# Le tipologie di vino preferite dai wine lover

Nel Bel Paese, **il vino fermo si distingue come la categoria di vino preferita,** scelto da ben il 75% dei consumatori. Il vino frizzante (44%) e il vino da dessert (28%) seguono come seconde e terze opzioni. In particolare, il vino fermo domina il vino frizzante con il 53% dei consumatori che lo preferisce.

# La scelta del vino: dalla provenienza alla qualità

Gli italiani sono molto attenti alla provenienza del vino, che è un elemento di garanzia per la qualità. La regione (37%) e il Paese d'origine (32%) sono i criteri più importanti nella scelta del vino, seguiti dalla reputazione (23%). Inoltre, **gli italiani sono noti per prediligere vini del proprio Paese (88%),** seguiti da quelli della Nuova Zelanda (85%) e della Francia (78%).

La qualità del prodotto è una caratteristica imprescindibile per oltre un terzo dei cultori del vino (37%), che la ritengono essenziale nella scelta del loro drink. Il prezzo, invece, è un fattore meno rilevante, posizionandosi solamente al sesto posto (19%) con un'influenza minore sulla scelta del vino.

# La qualità dell'esperienza è la priorità

Concedersi un calice di vino fuori casa è un piacere a cui gli italiani non vogliono rinunciare, nonostante le sfide economiche. Tuttavia, **oggi, i consumatori tendono a dare priorità alla buona qualità rispetto a tutto il resto,** e

quando si tratta di vino, la qualità sembra essere determinata dal luogo di produzione. La ricerca della qualità rende il vino una delle bevande preferite fuori casa in Italia, con il vino fermo in testa alle preferenze. Ma non bisogna sottovalutare il crescente interesse per il vino frizzante, che fa parte di numerosi cocktail scelti quotidianamente dagli italiani.

## Come intercettare questa fascia

Dall'analisi emergono alcuni spunti e suggerimenti per intercettare i wine lover senza perdere l'attenzione dei bevitori occasionali:

- **Valorizzare la provenienza:** comunicare la provenienza del vino in modo chiaro, enfatizzando la qualità delle regioni e dei Paesi d'origine, è una strategia chiave per suscitare interesse nei consumatori.
- **Focalizzarsi sulla qualità:** la qualità non è un aspetto da dare per scontato. Sarà sempre più importante mettere in primo piano la qualità del prodotto, investendo nella produzione e nella cura per garantire una degustazione memorabile.
- **Creare esperienze:** le esperienze legate al vino, come degustazioni guidate, visite alle cantine o cene tematiche, possono attirare sia i wine lover che coloro che desiderano scoprire di più sul vino.
- **Varietà e innovazione:** offrire una varietà di opzioni, compresi vini frizzanti e da dessert, soddisfa una gamma più ampia di gusti.
- **Collaborazioni con attività locali:** lavorare assieme a ristoranti ed attività locali creando menù abbinati o offerte speciali può promuovere il vino in modo sinergico.