

Le tante cause del calo dei consumi di vino

scritto da Fabio Piccoli | 5 Dicembre 2024



Stimo molto Angelo Peretti, uno dei più acuti osservatori del mondo del vino italiano – consiglio vivamente a tutti di leggere il suo libro “Esercizi spirituali per bevitori di vino”, edizioni Ampelos, per me uno degli scritti più belli e originali che hanno a che fare con il vino – ma, questa volta, non sono del tutto d'accordo su quanto ha affermato nel suo articolo intitolato “[La crisi del vino è il ritratto della crisi sociale](#)”, pubblicato su Internet Gourmet il 26 novembre scorso.

Peretti analizza la crisi del settore vinicolo, ed in particolare il calo dei consumi, come un **inevitabile riflesso delle attuali difficoltà economiche e sociali generali**. Sempre Peretti sottolinea come la contrazione del reddito disponibile abbia colpito soprattutto le principali fasce di consumatori:

gli anziani, che devono affrontare crescenti spese sanitarie, e i giovani, penalizzati da bassi salari, difficoltà abitative e un ingresso tardivo nel mercato del lavoro.

Peretti critica, pertanto, il settore vinicolo per il suo isolamento dalla realtà sociale, accusandolo di reagire con aumenti dei prezzi anziché affrontare le vere cause del calo dei consumi. L'autore invita a superare le giustificazioni legate ai cambiamenti degli stili di consumo giovanili e a riconoscere i fallimenti delle politiche sociali ed economiche che stanno oggi comprimendo il potere d'acquisto di varie fasce di consumatori.

Non vi è dubbio – come giustamente ha sottolineato Peretti – che stiamo attraversando una fase economica di grande difficoltà e questo inevitabilmente incide sulle tasche di molti consumatori.

Ma non sono così convinto, e l'ho scritto più volte, che l'attuale calo dei consumi di vino sia da ascrivere solamente o in gran parte alle attuali difficoltà economiche. Anzi, l'ho sottolineato frequentemente in quest'ultimo anno, **ritengo che dare la colpa alla minor disponibilità economica dei consumatori per spiegare l'attuale riduzione dei consumi di vino si possa trasformare in un pericoloso alibi per tutto il nostro comparto produttivo**.

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

Peretti rimprovera i produttori italiani di non rendersi bene conto dell'attuale crisi economica e sociale e delle relative ristrettezze che subiscono i consumatori in una fase di questo genere. **Io penso, invece, che le nostre imprese**, anche se non lo dicono spesso, **siano assolutamente convinte che solo questa sia la vera e unica causa delle loro minori vendite di vino**.

Io non sono d'accordo e basta vedere gli **aumenti di altre bevande alcoliche**, spesso ben più costose dei vini, per

comprendere che le ragioni di questi cali di consumi di vino hanno sicuramente anche a che fare con la minor capacità di spesa, ma non la considero la principale ragione.

Tanto per fare un esempio a tal riguardo: il mercato degli spirits dovrebbe chiudere quest'anno con un fatturato di 17,13 miliardi di dollari statunitensi nel 2024. Si prevede, inoltre, secondo l'analisi di Statista, che il fatturato registri un tasso di crescita annuale composto (CAGR) del 6,54% nel periodo 2024-2029, raggiungendo un volume di mercato stimato di 23,51 miliardi di dollari Usa entro il 2029.

Il problema, dal mio punto di vista, è che se sulle problematiche di natura economica si può attendere che *“passi a nuttata”*, sulle altre cause **c’è bisogno di cambiamenti strutturali e strategici che il nostro sistema vitivinicolo fatica ad accettare.**

E non si tratta, in questo Peretti ha ragione da vendere, di soffermarsi solo sui cambiamenti degli stili di vita dei giovani, anche se vanno comunque analizzati in maggiore profondità, ma di **guardare alle attuali dinamiche dei consumi nel loro complesso, dalla generazione Z (ma anche le prospettive della cosiddetta Gen Alpha) a noi vecchi boomer.**

Leggi anche: [Il vino di domani: come sopravvivere all'esame della Generazione Alpha](#)

Non voglio soffermarmi per l'ennesima volta sulle tante tendenze che oggi condizionano il consumo del vino, dalle pressioni salutistiche all'evoluzione di una cultura della sobrietà che tanto sembra affascinare i giovani in molti angoli del pianeta.

Leggi anche: [La mia “illuminazione” sui giovani della GenZ](#)

Voglio invece ancora una volta sottolineare come di fatto il settore vitivinicolo abbia **cambiato pochissimo in questi ultimi quarant'anni il suo approccio comunicativo e,**

tendenzialmente, **la sua immagine rimane sempre la stessa** a prescindere dalle tante e veloci evoluzioni della cultura e degli stili di vita della nostra società.

Non solo, **il vino è cambiato anche molto poco da un punto di vista stilistico/produttivo** e nonostante il tanto parlare di innovazione, di grandi novità se ne vedono poche nel nostro settore.

E anche quando parliamo di *fine wine*, molti si illudono di avere in cantina un mare di eccellenze, ma la verità purtroppo è spesso un'altra.

Insomma, caro Angelo, sono d'accordo con te che questa fase economica non aiuti nessuno, tanto meno i produttori di vino, che rappresenta un bene assolutamente voluttuario e non certo indispensabile, **ma se diamo tutta la colpa alla scarsa capacità di spesa faremo solo un regalo a coloro che da tempo spingono che anche il vino si trasformi in una banale commodities**.

La maggioranza dei prodotti agricoli è in quella triste condizione di merce indifferenziata, il vino per tanto tempo è stato un esempio da imitare, speriamo rimanga tale.