

Consumi di vino in Italia: i dati Vinarius tra cali e opportunità per il futuro

scritto da Redazione Wine Meridian | 26 Novembre 2024



Vinarius, l'Associazione delle Enotecche Italiane, torna a tracciare un bilancio dell'anno appena trascorso e a presentare i risultati della sua indagine sugli andamenti delle vendite, **mettendo a confronto il 2024 con il 2023 e analizzando i trend emersi nell'ultimo periodo.**

L'indagine, frutto della costante attività di studio dell'Associazione, vuole anticipare le preferenze degli italiani per il prossimo periodo natalizio, evidenziando le scelte di consumo più rilevanti. Grazie al contributo degli enotecari, veri osservatori privilegiati delle dinamiche del mercato, emergono dati e considerazioni che rappresentano uno strumento prezioso non solo per il settore enologico, ma per

chiunque voglia interpretare il comportamento dei consumatori. *“Le enoteche – spiega **Andrea Terraneo**, Presidente Vinarius – continuano a essere un punto di riferimento per comprendere i trend di consumo. Il dialogo diretto con il pubblico offre una prospettiva unica sul mercato e consente di osservare in tempo reale i cambiamenti nelle scelte dei consumatori. I dati raccolti da Vinarius, anno dopo anno, si confermano una risorsa autorevole per l'intero comparto vitivinicolo.”*

Il confronto tra le vendite estive 2023 e 2024 rivela un contesto sfidante: **il 54,5% degli enotecari segnala infatti una diminuzione del fatturato seppure lieve in percentuale**, mentre solo il 9,1% ha registrato un miglioramento. Per il restante 36,4%, i volumi sono rimasti invariati. Sebbene le previsioni per la stagione natalizia riflettano ancora qualche incertezza, con il 45,5% degli intervistati ha una previsione di un calo, è importante notare che una parte significativa degli enotecari, pari al 27,3%, si mostra ottimista rispetto a un possibile incremento, segno che il mercato può riservare sorprese positive.

Nonostante questo quadro complesso, si sono analizzate le tendenze sulle previsioni di consumo per le prossime festività. Le potenzialità di crescita per categorie prodotto sono chiare, si evidenzia **un netto predominio delle Grandi Denominazioni dei Vini Rossi**, indicato come prodotto con la maggiore crescita prevista (45,5%), seguito dallo **Champagne** (36,4%) e, a distanza, **Metodo Classico Italiani** (9,1%) e **Vini Dolci o Passiti** (9,1%).

Per quanto riguarda i vini bianchi, **le vendite estive sono rimaste stabili per il 54,5% degli enotecari**, mentre solo il 9,1% ha rilevato un incremento. Un dato analogo emerge per gli spumanti, a conferma di una stagione estiva influenzata da fattori economici e climatici che hanno limitato le vendite.

Un tema messo in analisi e che merita attenzione è quello

sulle conoscenze del consumatore sui **vini naturali**: **il 72,7% degli enotecari ritiene che i consumatori abbiano ancora bisogno di maggiore consapevolezza** sulle differenze rispetto ai vini convenzionali. Tuttavia, questa necessità si traduce in un'opportunità per il settore, che può rafforzare il dialogo con il pubblico, valorizzando la cultura del vino e la conoscenza dei suoi molteplici volti. Anche il tema della propensione al consumo è stato sotto posto ad analisi, in particolare sotto osservazione è stato messo il target delle nuove generazioni (18-25 anni), che mostrano una **minore propensione al consumo di alcol rispetto ai loro predecessori (63,6%)**. *“Questa tendenza – chiude Terraneo – invita a una riflessione: c'è spazio per avvicinare i giovani a un consumo consapevole, valorizzando l'esperienza culturale e sensoriale che il vino è in grado di offrire, ben oltre la mera funzione di bevanda.”* Anche in un contesto incerto, quindi, è possibile individuare le direttrici del mercato e trarre spunti per affrontare il futuro con consapevolezza e visione, accompagnando le scelte dei consumatori italiani con proposte che sappiano rispondere alle loro esigenze e preferenze.