

# Il vino in Italia parla ai senior: il 59% della spesa proviene dagli over 55

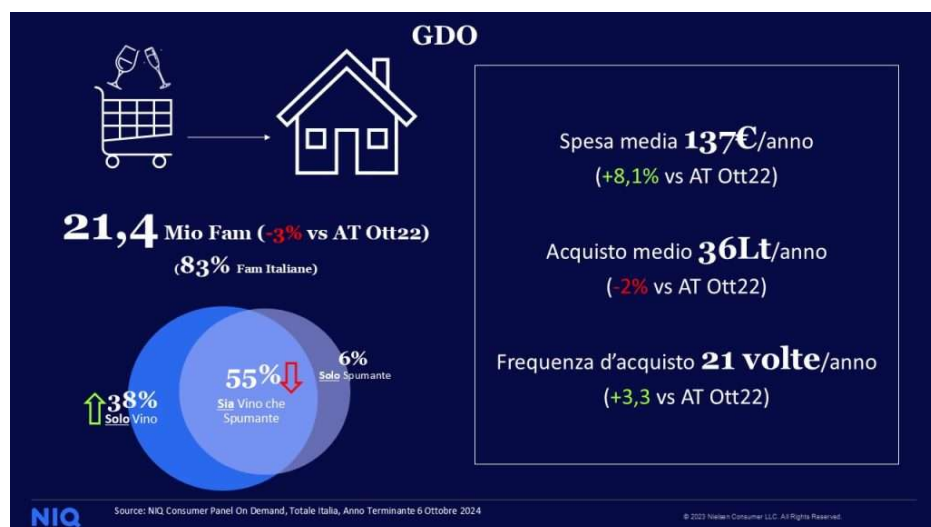
scritto da Redazione Wine Meridian | 13 Novembre 2024



*Un'analisi dettagliata mostra come i consumi di vino in Italia stiano cambiando: i Boomer e le coppie over 55 dominano la spesa domestica, mentre l'aperitivo si afferma come occasione principale anche tra gli over 45. Fuori casa, spumanti e vini frizzanti superano i vini fermi per preferenza tra i consumatori italiani.*

**Over 55, senza più figli a carico in casa e, spesso, (6 volte su 10) con un reddito sopra la media nazionale.** Un universo – rileva un'analisi presentata oggi alla fiera di Milano dall'Osservatorio Unione italiana vini (Uiv) e da NIQ Italia nel corso della di Sime – di 11,3 milioni di famiglie tricolori che è al tempo stesso l'identikit del consumatore

casalingo di vino lungo lo Stivale con il **59% della spesa totale della categoria** nella grande distribuzione e italiana. Protagonisti di una spesa enologica pari a **1,83 miliardi di euro l'anno**, questi *Boomer* (con una coda di *GenX*), lasciano quasi le briciole agli altri 2 grandi cluster individuati: **le famiglie con figli (7,8 milioni) non arrivano al 24%** della spesa complessiva, mentre **le famiglie under 55 senza figli a carico si fermano a meno del 18%**.



“A  
ss  
is  
ti  
am  
o  
a  
un  
a  
te  
nd  
en  
za  
ch  
e  
si  
va  
af  
fe  
rm  
an  
do  
—  
ri  
le  
va  
El  
eo

no  
ra  
Fo  
rm  
is  
an  
o  
di  
NI  
Q  
It  
al  
ia  
- ,  
la  
pr  
im  
a  
tr  
ib  
ù  
è  
in  
cr  
es  
ci  
ta  
se  
mp  
re  
pi  
ù  
ev  
id  
en  
te  
,

le  
al  
tr  
e  
in  
ve  
ce  
fa  
ti  
ca  
no  
,  
in  
pa  
rt  
ic  
ol  
ar  
e  
i  
se  
gm  
en  
ti  
a  
ba  
ss  
o  
re  
dd  
it  
o.  
Un  
a  
po  
la  
ri

zz  
az  
io  
ne  
de  
i  
co  
ns  
um  
i  
di  
vi  
no  
ba  
sa  
ta  
su  
di  
sc  
ri  
mi  
na  
nt  
i  
di  
ve  
nu  
te  
st  
ru  
tt  
ur  
al  
i,  
co  
me  
l'

et  
à  
e  
la  
di  
sp  
on  
ib  
il  
it  
à  
ec  
on  
om  
ic  
a”  
.

Ed è proprio la **spesa media annuale che fa la differenza** ed evidenzia la fatica degli italiani che, in generale per alleviarne il senso dell'esborso, hanno aumentato la frequenza d'acquisto (+3,3%) ma diminuito i consumi di vino (-2%). E che in particolare vedono le famiglie con figli spendere per gli acquisti di bevande in media 5 volte meno rispetto alle coppie over 55.

## **Fuori casa: consumatori di bollicine superano quelli di vini fermi. Aperitivo prima occasione di consumo**

A un'area retail, dedicata ai consumi casalinghi, si contrappone un canale fuoricasa con altrettanti trend sempre più nitidi.

Secondo il panel interrogato da NIQ Italia per la fiera di Uiv leader al mondo delle tecnologie per l'imbottigliamento, **oggi sono di più i consumatori di spumanti (63,4%) rispetto a**

**quelli di vino fermo (61%).**

Un sorpasso fino a ora impensabile, se si considera che i fermi e frizzanti costituiscono da sempre l'ossatura del vigneto Italia con circa i 4/5 della produzione. Uno specchio dei tempi che si riflette anche nelle mutate occasioni di utilizzo: oggi l'**aperitivo è diventato** – ai danni dei pasti – **il dominus del consumo di alcolici non solo per i giovani GenZ o Millennials**, ma è passato in cima alle abitudini anche tra i 45-54enni (aperitivo e pasti entrambi al 31%) e si avvicina sempre più a conquistare lo scettro tra gli over 55. Una tendenza cocktail, infine, che si evidenzia plasticamente nell'affermazione di come il 37% dei suoi consumatori (non solo giovani) ne scelga la tipologia in base alla fotogenicità social.

“Stiamo assistendo – ha detto il responsabile dell'Osservatorio Uiv, Carlo Flamini – a una rivoluzione dei consumi che per diversi motivi sta riscontrando una forte accelerazione. Serve mettersi in gioco per attivare il ricambio generazionale: nei prossimi vent'anni ci saranno nel mondo 400 milioni di giovani consumatori, con cui il vino potrà e dovrà dialogare per fare parte dell'esperienza, non solo di esserla”.

---

## **Punti chiave:**

1. I Boomer rappresentano il 59% della spesa di vino nella grande distribuzione in Italia.
2. Le famiglie con figli spendono in media cinque volte meno per il vino rispetto alle coppie over 55.
3. Spumanti e vini frizzanti superano i vini fermi nel consumo fuori casa.
4. L'aperitivo è diventato l'occasione principale per bere vino, anche per gli over 45.

