

Le nuove generazioni trainano il cambiamento: vini biologici, sostenibili e autentici al centro dei consumi

scritto da Redazione Wine Meridian | 27 Novembre 2024



Le nuove generazioni spingono il vino verso sostenibilità e autenticità. Il III° Forum Mondiale delle Donne del Vino ha evidenziato trend globali: vini biologici, enoturismo in crescita, edizioni limitate e packaging eco-friendly. I dati Nomisma rivelano opportunità per il vino italiano, tra cambiamenti di consumo e nuove sfide nei mercati internazionali.

Le nuove generazioni, ma non solo, premiano vini **sostenibili**,

autentici e biologici. I consumatori di oggi amano viaggiare, visitare cantine e apprezzano **packaging leggeri** e innovazioni di prodotto come le **edizioni limitate**. Il panorama globale evidenzia un cambiamento nella **geografia dei consumi**: nonostante il calo in Europa, crescono mercati come Stati Uniti, Asia e Australia. È quanto emerso dal **III° Forum Mondiale delle Donne del Vino**, organizzato a Roma dall'Associazione Nazionale Le Donne del Vino, con una presentazione di Nomisma Wine Monitor su "Vino 5.0: la rivoluzione dei consumi".

L'evento, che ha raccolto le portavoce di 12 associazioni di donne del vino da tutto il mondo, ha offerto una giornata di dialogo su **tendenze globali, nuove aspettative dei consumatori** e il ruolo crescente delle donne come protagoniste del cambiamento.

Donne e vino: un network internazionale in crescita

"Il Forum Mondiale delle Donne del Vino – ha dichiarato **Daniela Mastroberardino**, presidente nazionale delle Donne del Vino – è stata un'occasione straordinaria per confrontarci con chi fa il nostro lavoro nel mondo. Raccolgo e porto avanti l'eredità di **Donatella Cinelli Colombini**, che ha avviato il dialogo tra le donne del vino a livello internazionale. Abbiamo capito che i tanti cambiamenti che stiamo vivendo, vanno ben oltre l'economia, ma sono legati a delle trasformazioni epocali. Pur da prospettive differenti, il Vecchio e il Nuovo Mondo si ritrovano su tanti temi comuni. Oggi più che mai, costruire una rete solida e collaborativa a livello internazionale è fondamentale per affrontare le nuove sfide e per cogliere nuove opportunità. E in quest'ottica, siamo entusiaste di annunciare un evento unico: **una grande degustazione internazionale dei vini delle Donne del Vino del mondo**, che si terrà nel 2025. Sarà un'occasione per far conoscere l'eccellenza dei nostri vini, raccontare le nostre

storie e rafforzare i legami che ci uniscono. Il futuro del vino si scrive insieme, e noi siamo pronte a farlo".

Il vino italiano: dati e opportunità

Durante il Forum, **Nomisma Wine Monitor** ha delineato il sistema vitivinicolo italiano:

- **30.000 aziende di trasformazione**, di cui 1.800 industriali.
- **241.000 imprese agricole**.
- Fatturato di **16 miliardi di euro** (9% del Food&Beverage italiano).
- **7,8 miliardi di euro di export**, pari al 15% del totale Food&Beverage.
- **74.000 addetti diretti**, che salgono a 1,3 milioni includendo logistica, distribuzione e turismo enogastronomico.

L'Italia resta il primo produttore mondiale di vino, ma si posiziona seconda per valore delle esportazioni, superata dalla Francia.

Cambiamento delle abitudini di consumo

Negli ultimi 20 anni, i consumi globali di vino sono diminuiti di 18 milioni di ettolitri, passando in Italia da **29,3 milioni di ettolitri (2003)** a **21,8 milioni (2023)**. Tuttavia, cresce il valore percepito del vino, grazie a:

- Riduzione dei **vini sfusi** dal 35% al 19%.
- Quadruplicazione del segmento **spumanti** (24%).
- Aumento del **prezzo medio all'export** dei vini imbottigliati del 70% (da 2,57 €/l nel 2010 a 4,37 €/l nel 2023).

Il futuro del vino: sostenibilità ed enoturismo

I nuovi trend di consumo evidenziano:

- Interesse per **packaging eco-friendly** e sostenibilità.
- Crescita delle **edizioni limitate** e di nuove modalità di consumo, come il vino in lattina.
- Aumento dei **consumatori occasionali**, dal 45% al 60% (25+ anni).
- **Enoturismo** in forte espansione: con un giro d'affari di **2,9 miliardi di euro (2023)**, rappresenta una risorsa strategica per le piccole aziende.

Millennials e Gen Z si distinguono per la ricerca di vini **autentici, sostenibili e capaci di raccontare una storia**, spingendo il settore verso nuove modalità di consumo e innovazioni di prodotto.

Punti chiave

1. I Millennials e la Gen Z preferiscono vini biologici e sostenibili, spingendo innovazioni come packaging eco-friendly.
2. L'enoturismo genera 2,9 miliardi di euro, diventando risorsa strategica per piccole aziende.
3. I consumi globali di vino calano, ma cresce il valore percepito, con spumanti in forte aumento.
4. Nuovi mercati come Asia e Australia emergono, mentre calano i consumi in Europa.
5. Donne del vino protagoniste del cambiamento, con iniziative e network globali in espansione.

