Il consumo di vino al femminile: i dati dell’Osservatorio Enpaia-Censis

scritto da Redazione Wine Meridian | 6 Aprile 2023



È in atto una lenta ma continua evoluzione nel **rapporto di genere con il vino**, con un **numero crescente di donne** che nel tempo sta **scoprendo il valore** intrinseco e sociale del prodotto. È quanto emerge dall’**Osservatorio sul mondo agricolo Enpaia-Censis, in merito al consumo di vino al femminile**, presentato in occasione del Vinitaly a Verona.

Un mercato sempre più rosa

Oltre **12,1 milioni** di donne bevono vino: è il 46,7% delle donne italiane con un incremento percentuale nel periodo 2014-2021 del 15,5% a fronte del 2,9% degli uomini. In particolare, in termini di **quote di mercato per genere**, le donne sono passate dal 38,7% del totale dei consumatori di vino nel 2014 al 41,5% nel 2021, espandendo la propria rilevanza rispetto a quella degli uomini che invece è scesa dal 61,3% al 58,5%. Per quanto riguarda le **classi di età**, a bere vino sono il 46,1% delle donne con età compresa tra 18 e 34 anni, il 49,1% tra i 35 e 54 anni, il 47,8% tra i 55 e 64 anni e il 43,8% tra le donne con almeno 65 anni. Con riferimento alla **professione**, dai dati emerge che la quota di donne che beve vino riguarda il **63%** delle dirigenti, il **58,9%** delle impiegate e dei quadri intermedi, rispetto al **47,9%** di chi svolge funzioni più esecutive e al **37,6%** delle casalinghe.

Vino e donne, consumo responsabile

Il **50,1%** delle donne pratica un **consumo ad alta responsabilità**, poiché limita le quantità e sceglie cosa bere in base alla qualità dei prodotti. Il **90,3%** delle donne, inoltre, è convinto che sia possibile **educare le persone al consumo moderato**, maturo e responsabile di vino e alcolici in genere.

Tipologie di vino e preferenze di genere

Per quanto riguarda le preferenze delle donne in termini di tipologie di vino, dall'Osservatorio Enpaia-Censis emerge che il **40,6%** delle donne preferisce i vini frizzanti, il **40,1%** i rossi fermi, il **30,2%** i bianchi fermi, il **29,3%** gli spumanti, il **19,2%** i rosati, il **12,9%** i passiti e liquorosi e

l’**11,3%** gli champagne. Gli uomini, molto più delle donne, concentrano invece le proprie preferenze sui rossi fermi (56,1%) e sui bianchi fermi (34,3%).

Per **Giorgio Piazza**, Presidente Fondazione Enpaia e **Roberto Diacetti**, Direttore Generale Fondazione Enpaia: *“Lo studio che abbiamo voluto presentare in occasione del Vinitaly fotografa un fenomeno che sta assumendo sempre più i connotati di un consumo importante da parte delle donne. Non si tratta di un consumo massivo ma intelligente e informato che tiene conto delle tipologie e dell’origine dei prodotti, nonché della loro tradizione e della loro importanza nei vari settori che questo nostro meraviglioso Paese esprime. Va segnalato il fatto che nel mondo del vino l’imprenditoria vitivinicola è donna non solo sotto il profilo del consumo ma anche della produzione, dell’attenzione e della ricerca della qualità, della tradizione e della valorizzazione del prodotto”*.

Francesco Maietta, Responsabile Area Consumer, Mercati privati, Istituzioni Censis: *“Le donne sono sempre più protagoniste del mercato del vino in Italia: aumenta infatti il numero di consumatrici, in particolare tra le donne giovani. In netta maggioranza nella fruizione del vino le donne sono portatrici di una cultura evoluta, matura, nemica degli eccessi e attenta alla qualità. Nei prossimi anni rispondere alle esigenze del consumo femminile di vino sarà sul mercato italiano una delle sfide maggiori per la filiera”*.

Secondo **Maria Cristina Caretta**, Vicepresidente della Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati: *“Quando si parla di vino è importante parlare di consumo responsabile. A fronte di una crescita del consumo di vino al femminile, si registra un approccio responsabile e contenuto. Nel caso di specie italiano si conferma quanto il vino sia parte integrante della nostra cultura enogastronomica, in tal senso è possibile educare al consumo responsabile ed è su questo che verte la sfida del presente e del futuro”.*

Elena Donazzan, Assessore all'Istruzione, Formazione, Lavoro, Pari Opportunità, Regione Veneto, ha dichiarato che: *"Nel mondo del lavoro esiste un gap tra uomini e donne che va colmato. Le donne, tuttavia, stanno diventando sempre più protagoniste all'interno del settore agricolo, ma anche in quello della ristorazione. Su questo punto tale consapevolezza può far aumentare anche il valore di quello che stiamo consumando, perché significa fare una scelta di qualità*".

Per **Rosanna Lambertucci**, giornalista e scrittrice: *"Il vino è una grande gioia, oggi finalmente è entrato nel mondo femminile rappresentando un fattore di emancipazione. È importante fare intelligentemente una scelta di qualità e non esagerare con la quantità*".

Tiziana Sarnari, analista di mercato Ismea, ha affermato che: *"L'Italia è il primo produttore mondiale di vino, per noi è conviviale, abbiamo una cultura del vino che è diversa dagli altri Paesi e la moderazione fa parte della nostra quotidianità*".

Secondo **Stefano Mantegazza**, Segretario Generale Uila: *"La sfida vera che il settore ha colto e che sta vincendo è quella di far continuare a crescere le nostre esportazioni in termini di prezzo, qualità e quantità. Il vino è il nostro petrolio poiché traina il settore agroalimentare come elemento di punta del made in Italy nel mondo".*

Per **Cristiano Fini**, Presidente Nazionale CIA-Agricoltori Italiani: *"Se il consumo del vino ha tenuto così bene è perché ci siamo aperti a nuovi consumatori. Il mondo femminile ha approcciato in modo intelligente e consapevole verso il consumo di vino e questo fattore ha contribuito a un cambiamento culturale puntando a privilegiare la qualità piuttosto che la quantità".*