

Indagine giovani 18-35enni : il vino è consapevolezza

scritto da Redazione Wine Meridian | 22 Marzo 2015



87% dei giovani tra i 18 e i 35 anni consuma vino (più di 8 su 10 i consumatori tra i 18 e 25)

Il vino supera la birra: la bevanda alcolica preferita dalla metà dei giovani intervistati (49%)

Giovani winelover del biologico: il 71% disposto a spendere fino al 40% in più

Brunello e Amarone i vini preferiti dai giovani italiani; il Verdicchio il primo bianco fermo

Consumatori in erba ma maturi e appassionati edonisti, al contempo attenti all'eno-cultura e alla sostenibilità. Il mondo del vino non solo divertimento e trasgressione per i giovani italiani, che vi si avvicinano con curiosità e consapevolezza. A rivelarlo la ricerca "Vino & Giovani", dedicata agli stili del bere e del mangiare negli under 35, presentata oggi al

Vinitaly nello stand della Regione Marche. Lo studio – promosso dall'Istituto Marchigiano di Tutela Vini e condotto da Gabriele Micozzi, docente di Marketing Internazionale presso l'Università Politecnica delle Marche – fotografa un campione rappresentativo di 1500 italiani tra i 18 e i 35 anni, sfatando molti luoghi comuni sul senso dei giovani per il vino.

Abitudini di consumo. Vino bevanda prediletta dai giovani, il vino supera la birra.

E il vino (e non la birra) il simbolo per eccellenza della convivialità e dello stare insieme. Quest'ultimo infatti la bevanda prediletta nelle serate dei giovani italiani, che lo consumano più volentieri tra aperitivo (26%) e cena (59%), in compagnia di amici (58%). Sono quasi 9 su 10 i consumatori under 35 e circa la metà (49%) dichiara di preferirlo a birra (34%), cocktail (14%) e superalcolici (3%), con un gradimento crescente con l'avanzare dell'età. Non a caso il 55% degli over 25 lo indica come il drink più amato, anche se già nella fascia 18-25 il vino conquista il 43% del campione, contro il 38% della birra e il 17% dei superalcolici. Secondo i dati riportati dall'indagine commissionata dall'Istituto Marchigiano di Tutela Vini, oltre un terzo lo beve almeno 3 volte a settimana (38%), mantenendo misurato il consumo giornaliero, che solo nel 13% dei casi supera i due bicchieri a pasto.

Orientamenti e interazione con il mondo del vino.

A fare da driver per le scelte di questi consumatori junior non sono – sorprendentemente – la marca (5%), i premi o il packaging (8%), ma l'attenzione al territorio (18%), alla qualità dei prodotti (12%) e alla sostenibilità. Quasi la metà del campione ritiene ad esempio molto importante o determinante (48%) che un vino sia biologico e l'86% si dichiara disposto a spendere di più per acquistare un prodotto bio. Un orientamento che rivela quindi un interesse alla sostenibilità ambientale, ma che pare non strutturarsi in scelte di consumo alimentare più radicali, quali il vegetarianismo (4%) o il veganismo (2%). Quella dei 18 e i

35enni un'intera generazione che si affida alle etichette dei prodotti (68%) e si indirizza sulla produzione locale e nazionale (92%), con un'attenzione al territorio che denota una curiosità per l'intera filiera produttiva. Smentite le guide enologiche (a cui si affida solo il 12% degli intervistati), questi nuovi consumatori preferiscono rivolgersi a agricoltori e vignaioli (22%), esperti di vino (20%), sommelier (17%) e enoteche (15%), laddove si constata una conoscenza diretta del prodotto. Per Alberto Mazzoni, direttore dell'Istituto Marchigiano di Tutela Vini: "Questa indagine dimostra come anche nel consumo di vino sia valido il sillogismo che lega moderazione e conoscenza con l'atteggiamento responsabile. Per questo a Jesi, nelle terre del Verdicchio, apriremo entro quest'anno con il polo enogastronomico regionale Food Brand Marche la prima 'enoteca didattica' in Italia esclusivamente dedicata ai ragazzi. Uno spazio "conoscitivo", dove scoprire con tecnologia e gioco, il lavoro in vigna e i segreti di uno dei prodotti chiave del made in Italy". L'esperienza rappresenta infatti la chiave conoscitiva per questi winelover in erba, amanti delle degustazioni: prova ne che il 67% ha già preso parte a eventi di tasting, conservando la voglia di parteciparvi (88%). Solo 1 su 10 legge articoli specializzati di settore, tra riviste, siti e blog, rivolgendosi in primis al web (il portale più consultato quello di Winenews.it, agenzia quotidiana sul mondo del wine & food).

Preferenze e gusto: Brunello e Amarone i vini preferiti, il Verdicchio il primo vino bianco fermo.

Sono le denominazioni dei grandi rossi a guadagnarsi il primato delle preferenze dei giovani italiani, che incoronano il Brunello di Montalcino e l'Amarone della Valpolicella ai vertici della classifica. Vince la sfida tra le bollicine il Prosecco (al 5° posto nella classifica generale), mentre il Verdicchio (7°) il primo vino bianco fermo. Nonostante la propensione maschile per i vini rossi, sono i bianchi i più bevuti dai winelover under 35 (53%), scelti per la maggiore dalle femmine (59%) e sempre più apprezzati con l'avanzare

delle. Nella fascia 18-25 sono infatti il 52% i giovani italiani che si esprimono a favore del Rosso, mentre la maggior parte dei giovani tra i 26 e 35 anni preferisce il Bianco (58%) ai vini rossi (40%) e rosati (2%).

Per Gabriele Micozzi, curatore della ricerca e docente di Marketing Internazionale presso l'Università Politecnica delle Marche: "Il futuro sarà roseo, i giovani di oggi cercano la qualità, la sanno riconoscere e sfidano le cantine a trovare nuove vie per valorizzare al meglio la loro identità. Il futuro sarà di coloro che sapranno reinventarsi, non legandosi a mode passeggere ma all'autentico valore culturale e antropologico di un territorio. I territori che sapranno fare meglio sistema, meglio coglieranno queste opportunità".