

# Ricambio generazionale mutano le abitudini di consumo

scritto da Emanuele Fiorio | 3 Marzo 2020



Cambiano i tempi, si susseguono le generazioni e mutano le abitudini. Nomisma [Wine Monitor](#) disegna un quadro in cui le differenze di consumo e le mutazioni di gusti e aspettative acquistano un rilievo importante.

Partiamo da un concetto: il consumo di vino in Italia è assolutamente trasversale alle generazioni (l'88% della popolazione dai 18 ai 73 anni ha consumato vino almeno una volta nella vita), ma i Millennials (nati tra il 1981 e il 1996) mostrano delle abitudini di consumo differenti rispetto alle generazioni precedenti, ossia Generazione X (nati tra il 1964 e il 1980) e Baby Boomers (nati tra il 1946 e il 1964).

**Il consumo casalingo ha subito una flessione notevole ed è cresciuto in parallelo la percentuale di chi preferisce bere vino fuori casa. I Baby Boomers preferiscono bere vino**

prevalentemente a casa (78%), solo il 22% negli ultimi 12 mesi dichiara di aver degustato vino fuori casa.

Situazione completamente differente per i Millennials i quali prediligono ancora bere vino a casa (56%) ma non perdono occasione per brindare anche fuori (44%), in un quadro di sostanziale equilibrio.

I frequent users dal 2014 al 2019 sono in leggero decremento ma il dato non suscita grandi riflessioni, visto che il consumo quotidiano cala appena di un punto percentuale, dal 25% del 2014 al 24% del 2019.

La maggior parte dei bevitori consuma vino 2-3 volte al mese (30%) – un dato che non è variato negli ultimi 6 anni – e beve da 2 a 4 bicchieri alla settimana (37% nel 2014 e 39% nel 2019).

**Dal 2014 al 2019 non si registrano dunque grandi rivoluzioni nella frequenza e nelle quantità consumate dagli italiani, sono le abitudini di consumo che richiamano il nostro interesse e che mostrano un maggiore divario generazionale.**

**I Millennials identificano il fine settimana (64,1%) in compagnia (84,1%) come momento dedicato a degustare il vino, in particolare le bollicine (38,2%).** Le generazioni più giovani sono legate a momenti conviviali, durante l'aperitivo (18,8%) e ad un consumo meno regolare e più condiviso. L'età conta e i dati confermano che, ad esempio, i Baby Boomers non legano il consumo di vino al weekend (27,3%) o all'aperitivo (3,4%) ma prediligono comunque i momenti di condivisione (67,2%).

**Per quanto riguarda le tipologie di vino che cresceranno maggiormente nei prossimi 2-3 anni in Italia, i dati raccolti identificano nei vini da vitigni autoctoni (28%) e nel biologico (19%) le 2 tendenze predominanti.**

La territorialità è un altro elemento tenuto in considerazione dal 15% del campione, in particolare i vini provenienti da Veneto, Piemonte e Toscana.

L'enoturismo è un'altra leva di crescita per il vino italiano,

il 23% degli intervistati dichiara di aver fatto un'escursione o una vacanza da enoturista nell'ultimo anno ma solo il 5% ha già programmato la prossima occasione.

Nelle preferenze degli enoturisti c'è l'intenzione di visitare le zone del Chianti in Toscana (27%), le Langhe e Asti in Piemonte (12%) e la zona di Valdobbiadene in Veneto (9%).