Vinexpo Paris 2023: cresce in Francia la preoccupazione per i cali di consumo di vino

scritto da Fabio Piccoli | 15 Febbraio 2023



Mentre sembra sempre più vicino l'ok del Governo francese alla richiesta di finanziamenti per una campagna di distillazione per un ammontare complessivo di 160 milioni di euro, **al Vinexpo di Parigi si è affrontato il preoccupante tema del calo di consumi di vino.**

A questo riguardo è intervenuto anche il **CNIV** (Comité National des Interprofessions des Vins à appellation d'origine et à indication géographique) che **ha lanciato un allarme parlando di un possibile terremoto viticolo nei prossimi anni.** Il **presidente del CNIV, Bernard Farges,** ha dichiarato al noto quotidiano francese *Le Figaro*: "È prevedibile che molti produttori dovranno abbandonare questa professione perché l'attività di molte imprese diventerà impossibile".

Anche la Francia, come d'altro canto tutti i grandi paesi produttori (Italia e Spagna in primis), ha conosciuto dal dopoguerra in poi un costante declino. **La Francia negli ultimi sessant'anni, ad esempio , ha visto calare il suo consumo di vino del 70%.**

E, a proposito delle dinamiche di consumo dei vini, a Parigi è stata presentata l'analisi di **IWSR** che evidenzia come, in Francia, **un consumatore su due abbia più di 55 anni (47%)**. Ormai, si può dire che il tema dell'invecchiamento dei consumatori di vino caratterizzi quasi tutti i Paesi, in particolare quelli di maggiore tradizione di consumo (a partire dagli USA).

Anche in Francia, tuttavia, **i cosiddetti "boomer" sono quelli che garantiscono la maggiore spesa per l'acquisto di vino.** Sempre secondo l'indagine di IWSR, infatti, in Francia i boomer si stanno spostando verso i prezzi più alti, dai 7 euro per un pasto ordinario agli 11,50 per quello con amici e parenti.
Anche la tipologia di vino consumata tende a diversificarsi con l'età e **i boomers francesi sono maggiormente concentrati sui vini rossi (54%) e in particolare sul Merlot.**

Ma veniamo ai giovani, in particolare **ai millennial** e **alla generazione Z** (in sostanza la fascia tra i 18 e i 39 anni) che, in Francia, **rappresenta il 28% dei consumatori di vino.**

Per queste giovani generazioni, **il consumo di vino è decisamente più "festoso" e fortemente legato ai contesti sociali,** ai valori di condivisione con amici e persone care (46%). Per i giovani francesi **l'acquisto online di vino è una modalità decisamente importante**, dal momento che il 53% dei 18-24 e il 49% dei 25-39 dichiarano di utilizzarla.

Mentre il 90% dei consumatori di tutte le età afferma di consumare vino nei ristoranti, **la Generazione Z rappresenta il 49% della spesa nei bar e nei caffè.**

Per questa ragione, **i wine bar e i ristoranti sono "luoghi" chiave** per veicolare un migliore rapporto tra i giovani e il vino.

A differenza dei boomer, inoltre, **i 18-39enni sono più attratti, in particolare, dai vini bianchi più morbidi e aromatici come lo Chardonnay o il Sauvignon**.
I brand, inoltre, hanno un appeal più forte sulle generazioni più giovani: nell'indagine, infatti, il 55% della gen Z e il 53% dei millennial dichiarano di essere attenti all'etichetta, che viene indicata come il maggior incentivo all'acquisto di vino.

Insomma, anche l'indagine di IWSR sui consumatori di vino in Francia evidenzia **un gap generazionale che la filiera vitivinicola non può più permettersi di trascurare.**

La comunicazione del vino, non smetteremo mai di sottolinearlo, continua ad apparire "polverosa", poco incline ad abbracciare maggiormente il cosiddetto "lifestyle" e, soprattutto, ripetitiva, raramente originale.

In quest'ultima direzione, **il mondo degli spirits, con presenze interessanti anche in questo Vinexpo di Parigi, sta tracciando una strada molto più dinamica e originale** che può dare interessanti suggerimenti anche al nostro comparto vitivinicolo, che rischia spesso di soccombere sotto il peso della tradizione.