# Vino, in Italia calano i consumatori quotidiani. Ma crescono consapevolezza e quota femminile

20240514125013shutterstock-1377409880-77636e05

**Gli italiani sono ancora fedeli al vino**, ma non è più come prima. Secondo le elaborazioni Uiv (Unione Italiana Vini) su base Istat relative agli ultimi 12 anni, infatti, su 29,4 milioni di "bevitori" totali nel 2023 **calano i consumatori quotidiani** (-400mila rispetto all'anno prima), ma **aumentano la domanda femminile**, la **saltuarietà** e la **consapevolezza**.

Rappresentati al 58% da maschi e al 42% da femmine, **i nuovi eno-consumatori e consumatrici** hanno un **rapporto** con il vino **più responsabile e consapevole**, ma allo stesso tempo **meno esclusivo**, fatto di frequenti "tradimenti" di abitudini con altri partner alcolici. Una tendenza che con il passare degli anni caratterizza non più solo i giovani e i giovanissimi ma che si riflette **anche sulle generazioni più adulte,** anch’esse sempre meno legate a un impiego quotidiano e a quello, quasi passivo, del companatico. Come prova, tra l'altro, la **crescita dei consumatori dell’aperitivo** (+31% dal 2011), oggi diventata ormai una consuetudine **per quasi 22 milioni di persone.**

*“Cambiano le abitudini ma probabilmente l’attuale approccio è ancora più stimolante rispetto alle motivazioni di un tempo. Oggi la domanda è maggiormente legata al piacere e alla condivisione che non all’abitudine, e questo penso sia una prova di maturità importante che conferma come il vino sia sinonimo di moderazione”,* ha detto in merito **Lamberto Frescobaldi**, presidente di Uiv.

Tra i dati della ricerca che vale la pena sottolineare, oltre alla **crescita della domanda femminile** (+10%, con i maschi a -3%) e la **minor fruizione quotidiana** (-22%) c'è la contestuale **crescita del 29% dei “non quotidiani”**, oggi arrivati a 17,7 milioni di persone e a rappresentare il 60% del totale, contro il 48% di dodici anni prima. Quello della **saltuarietà** però è un fenomeno che **coinvolge anche la birra**: oggi due terzi dei consumatori di bionde lo fanno in modo sporadico.

Se tra i consumatori quotidiani i giovani della Gen X (fino a 24 anni) pesano solo il 4,4% (circa la metà della loro incidenza sulla popolazione italiana), anche tra tra le generazioni successive la percentuali degli **“assidui” si sta riducendo sempre di più**. I trend relativi ai “quotidiani” variano infatti **dal -20% al -50%** per tutte le successive coorti a eccezione degli over 65, una roccaforte che da sola vale il 40% dei consumatori abituali.

Per quanto concerne invece **i consumi**, a primeggiare è l’**Emilia-Romagna**, regione con la maggior quota di consumatori in base alla popolazione (61,3%), seguita dalla **Valle d’Aosta** (60,5%), dalla **Toscana** (60,4%) e dal **Veneto** (59,8%). A registrare la maggior crescita di consumatori (+11%) è la provincia di Trento, la Basilicata invece quella con la maggior contrazione (-9%). Tra le macroregioni infine, in prima fila c'è il **Nord-Est** con un’incidenza al 59,4%, seguito da **Centro** (57,4%), **Nord-Ovest** (56,7%), **Mezzogiorno** (51,1%), e **Isole** (46,8%).