Nessuna crisi per l’aperitivo: 1 italiano su 2 lo consuma almeno una volta a settimana

20240527160953shutterstock-653030920-ad855efc

Condivisione, divertimento, piacere del buon bere e della buona tavola: sono questi i fattori su cui si basa **il successo dell’aperitivo**, un’occasione di consumo che, archiviata la difficile fase pandemica, mostra di vivere **un momento di forte vitalità**.

A confermarlo sono, nero su bianco, i dati rilevati dalla ricerca CGA by NIQ per il settore dei consumi On Premise, presentati in occasione dell’incontro inaugurale di **Aperitivo Festival**, l’evento milanese che dal 24 al 26 maggio scorsi ha animato il distretto di via Tortona, culminando nella terza edizione del World Aperitivo Day, la giornata che ha celebrato questo rito cult con un’attivazione massiva tra punti vendita e locali su tutto il territorio nazionale e nel mondo.

Dalla ricerca emerge che **quasi un italiano su due** – il 48% – **dichiara di avere partecipato a un aperitivo fuori casa nel corso del 2023**. Significa ben 3 punti percentuali in più rispetto al 2022. E questa non è l’unica buona notizia. La survey rileva anche che questa formula incassa **buone performance in termini di frequenza**: il 43% dei nostri connazionali, infatti, se la concede almeno una volta a settimana, il 98% una volta al mese.

Ma non è tutto. Il buono stato di salute dell’aperitivo emerge anche da **un’analisi condotta da TradeLab per Federvini**, che evidenzia come nel 2023 vino e bollicine abbiano totalizzato **147 milioni di consumazioni durante l’aperitivo serale**, apprezzati in particolar modo dai baby boomers, ovvero dai nati tra il 1946 e il 1964, e dalla generazione X, che comprende invece i nati tra gli anni’ 60 e gli anni ’80.

«L’aperitivo – commenta **Federico Gordini**, Founder di MWW Group e ideatore del World Aperitivo Day – *non è solo un fenomeno di costume, ma una **vera e propria occasione di mercato che contribuisce** in modo sostanziale non solo al settore della ristorazione e dell’ospitalità, ma anche*

all’industria agroalimentare e turistica*. E ancora, un momento irrinunciabile per gli italiani, ma non solo, perché sempre più adottato e replicato anche all’estero, tanto da diventare un fenomeno globale»*.

E non si tratta di sola teoria, come ha sottolineato proprio durante l’evento inaugurale del Festival Antonietta Kelly, Trade Analyst Settore Agroalimentare ICE - Agenzia Londra, raccontando le significative prospettive e opportunità di sviluppo dell’aperitivo italiano nel mercato inglese.

La tre giorni di manifestazione, che si è aperta con i saluti istituzionali di Gian Marco Centinaio, Vicepresidente del Senato della Repubblica Italiana, ha visto gli interventi delle istituzioni, degli enti e delle aziende sponsor e partner che hanno sostenuto l’iniziativa, tra cui si segnalano **Carrefour Italia**, per il terzo anno main sponsor del progetto, e **Parmigiano Reggiano**, Founding Partner dell’evento.