Federvini fa luce sull'happy hour

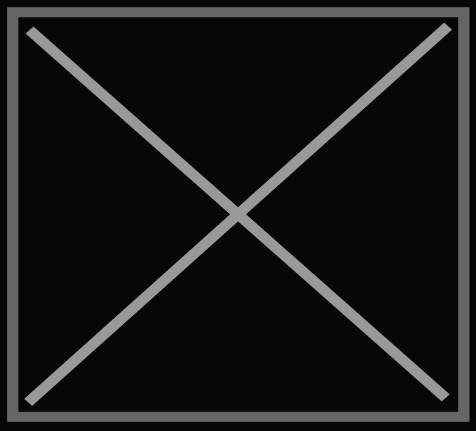
aperitivo-39492d2b

Nonostante la difficile congiuntura internazionale, i vini e i mosti hanno registrato un incremento del 12%, mentre i liquori e le acqueviti hanno chiuso il 2011 con un +13%. Anche il comparto degli aceti ha registrato un positivo +8,1%. Complessivamente la produzione italiana ha toccato quota poco oltre i 40 milioni di hl per i vini con la vendemmia 2011 e intorno a 2 milioni di hl per il settore delle bevande spiritose: oltre il 23,7% è stato destinato all'export. E' la sintesi del mercato vinicolo così come è stata presentata a fine maggio da Federvini in occasione della consueta assemblea annuale della federazione che rappresenta le imprese impegnate nella produzione di vini, liquori, acquaviti, aceti, sciroppi e succhi d'uva. L'Assemblea della Federazione guidata da Lamberto Gancia è stata anche l'occasione per presentare i dati principali di due importanti indagini promosse per studiare il consumo



delle bevande alcoliche. La prima è stata condotta da

Nielsen su un campione di oltre 9.000 famiglie (oltre 25.000 individui) ed ha analizzato i consumi alcolici degli italiani scoprendo che il 65% della popolazione con più di 14 anni ha consumato in un anno (2011) almeno una volta un prodotto alcolico. Con una seconda indagine, realizzata da ISPO, Federvini ha studiato l'happy hour, un fenomeno ormai di grande successo in Italia. Già oggi il 38% delle consumazioni di alcolici e bevande avviene in questo contesto (72% ristorante, 45% bar).



Uomini e donne, giovani e “maturi”

Il 65% degli italiani (con più di 14 anni) ha consumato in un anno (2011) almeno una volta un prodotto alcolico. Il consumo di bevande alcoliche resta prevalentemente maschile; le donne sono attratte da un consumo più “facile” (miscelato e/o poco alcolico). Nel complesso la concentrazione dei consumatori di alcolici è maggiore nelle fasce centrali di età (soprattutto 35-44 anni) e presso gli over 65. A prodotti diversi corrispondono target di consumo diversi. Il vino è maggiormente apprezzato dagli uomini over 35, la birra tra gli uomini 25-64, i prodotti “aperitivo” dalle donne 20-34 anni. Rispetto al 2010 i 35-44enni mostrano comunque una certa stabilità dei consumi, mentre la fascia di età che mostra incrementi più interessanti è quella dei 25-34 anni.

Chi lo preferice

Piace a 4 italiani su 10

Lo amano 7 giovanissimi (16/24 anni) su 10

Per 6 italiani su 10 è un appuntamento sporadico.

Per un terzo dei giovanissimi è invece un appuntamento almeno settimanale.

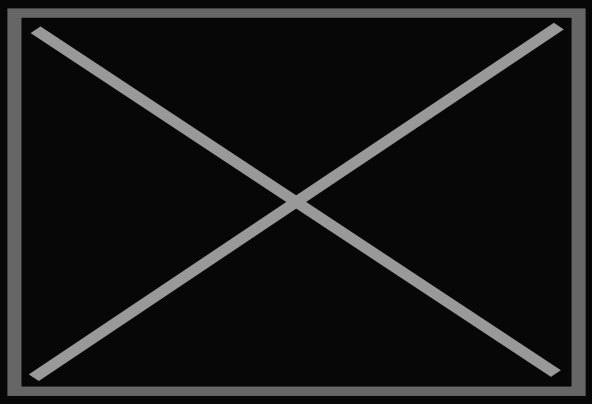
Un appuntamento di piacere

L’happy hour è apprezzato soprattutto perché è un’occasione per frequentare gli amici e trascorrere serate piacevoli e poco impegnative. Quel che più cercano i frequentatori di happy hour è sedersi comodamente a chiacchierare in un ambiente tranquillo, ascoltando buona musica.

Un appuntamento economico

L’happy hour permette di mangiare e bere contenendo le spese. Quasi 2 frequentatori su 3 dichiarano di non spendere più di 8 euro per l’aperitivo.

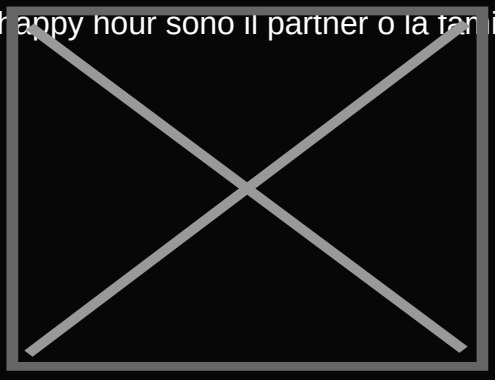
Tre profili di seguaci



Gli affezionati (16-24enni)
Rappresentano il 18% dei frequentatori (pari al 10% della popolazione). L'happy hour è per loro un appuntamento almeno settimanale. Sono per lo più giovanissimi (16-24enni) e spesso studenti. Per loor l'happy hour è quasi un rito: spesso nello stesso giorno della settimana e nel posto di fiducia (di solito il pub); rigorosamente con gli amici, bevendo preferibilmente un cocktail alcolico.

Gli assidui (25-34enni)
Rappresentano il 26% dei frequentatori (pari al 15% del campione totale), sono coloro che si concedono l'happy hour un paio di volte al mese. Sono per lo più i 25-34enni, ceto impiegatizio. Per loro l'happy hour è sperimentazione di luoghi sempre diversi; preferiscono le enoteche e talvolta le birrerie; e la bevanda preferita è tipicamente il vino.

Gli occasionali (35-54enni)
Sono la gran parte della popolazione (56% dei frequentatori, ossia il 33% del totale): vanno all'happy hour più raramente, al massimo 1 volta ogni 3 mesi. Sono meno giovani (per lo più 35-54enni) e spesso residenti al Sud e nelle Isole. Di solito si lasciano trascinare da altri anche nella scelta del luogo, ma preferiscono i bar/caffè o anche i circoli/club. Per loro, più che la rete amicale, i compagni di happy hour sono il partner o la famiglia. La bevanda preferita per lo più è analcolica.



Consumi moderati

Il modello di consumo di alcolici in Italia resta 'moderato': per lo più si bevono 1 o 2 bicchieri per

occasione di consumo. I più forti consumatori di vino in Europa, Italia e Francia, sono anche quelli che nel corso degli ultimi decenni hanno sperimentato un maggiore calo nel consumo pro-capite di alcolici. L'Italia non solo risulta avere uno dei consumi pro-capite di alcolici tra i più bassi d'Europa (nel 2009 6,4 L/pro-capite, fonte: Istituto Superiore di Sanità), ma ha anche una frequenza minore del binge-drinking, lo sballo del sabato sera (fonte: OMS).