

12 aprile 2022 15:42

ITALIA: Rapporto vino e giovani. Enpaia-Censis

Il vino si conferma come un prodotto strategico per l'economia italiana, con un sensibile incremento dei suoi consumatori tra i giovani, che scelgono comunque di bere in maniera responsabile e vedono nell'italianità il principale criterio di scelta, perché percepito come garanzia di qualità. È quanto emerge dal Rapporto Enpaia-Censis sul mondo agricolo "Responsabile e di qualità: il rapporto dei giovani col vino", presentato al Centro Congressi del Vinitaly a Verona. Nel lungo periodo esiste una relativa stabilità della quota di italiani che beve vino: erano il 58% nel 1993, sono il 55,5% nel 2020. Nello stesso arco di tempo la quota di giovani che beve vino è salita dal 48,7% al 53,2%, mentre quella che beve più di mezzo litro al giorno è scesa in picchiata dal 3,9% a meno dell'1%. Tra i giovani che consumano vino, il 70,9% lo fa raramente, il 10,4% uno o due bicchieri al giorno e il 17,3% solo stagionalmente. I numeri dicono che il consumo di vino è un invariante delle abitudini, componente significativo della buona dieta guidato dalla ricerca della qualità e dal suo ruolo di moltiplicatore della buona relazionalità. La risultante di tutto ciò è un rapporto responsabile e maturo.

Il 79,9% dei giovani con età compresa tra 18 e 34 anni afferma che nel rapporto con il vino vale la logica: meglio meno, ma di qualità. Non solo: il 70,4% di giovani dichiara: "Mi piace bere vino, ma senza eccessi", che richiama l'idea di un alimento che dà piacere e contribuisce in diverso modo al benessere soggettivo, non di un catalizzatore sempre e solo di pulsioni di sregolatezza. L'italianità come criterio di scelta è richiamato dal 79,3% dei giovani, perché è percepito come garanzia di qualità. Il riferimento alle certificazioni Dop (85,9%) o Igp (85,2%) mostra come i giovani siano molto attenti al nesso tra vini e territori, cosa che segnala la riscoperta nelle culture del consumo giovanili della tipicità localistica, che sembrava destinata a sparire. La tipicità locale di saperi e sapori, proiezione anche della biodiversità del nostro territorio, è una bussola importante nelle scelte dei consumatori giovani: il 94,9% di essi dichiara di acquistare spesso prodotti tipici dei territori del nostro Paese. Il marchio del prodotto, invece, conta per il 36,1% dei giovani. Alta è la valutazione che viene data della tracciabilità dei prodotti, vino incluso: il 92% dei giovani è pronto a pagare qualche euro in più sul prezzo base per i prodotti di cui riescono a conoscere biografia e connotati. Il 56,8% dei giovani, poi, è ben orientato verso vini biologici e apprezza aziende agricole attente alla sostenibilità ambientale.

Per il Ministro del Turismo, Massimo Garavaglia, "gli esiti del Rapporto Enpaia-Censis sono particolarmente interessanti, soprattutto con riferimento al tema della socialità e i giovani, i quali vivono il rapporto con il vino come uno strumento per stare insieme. Il buon vivere che c'è in Italia è proprio uno degli aspetti che gli stranieri invidiano al nostro Paese. È fondamentale, dunque, favorire il marketing territoriale per promuovere l'enoturismo, tenuto conto che i giovani saranno i consumatori del futuro. La sfida è quella di tutelare la qualità e, al contempo, incentivare tutti i servizi aggiuntivi legati al mondo del vino. L'enogastronomia è una delle componenti essenziali di tutto il percorso turistico, pertanto occorre migliorare l'organizzazione perché l'eccellenza da sola non basta più". Per il Sottosegretario di Stato al Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, Gian Marco Centinaio: "Siamo riusciti a far passare in Europa il messaggio per cui il consumo moderato di vino non crea problemi ed è già nel nostro Dna, pertanto non è necessario apporre etichette. Rapporti come questo sono estremamente importanti, considerato che il problema dell'etichettatura andrà affrontato nei prossimi mesi. In tal senso, possiamo permetterci di dire che in questo momento c'è bisogno più che mai di promuovere la produzione di vino italiano nel mondo. È essenziale considerare che quando parliamo di vino intendiamo qualità, identità e tutela del made in Italy". Secondo Giorgio Piazza, Presidente Fondazione Enpaia, "il vino si conferma un driver importante per l'economia del nostro Paese, dove sono presenti circa 600 vitigni e oltre 1500 tipologie di vino. La biodiversità, inoltre, rappresenta un elemento di grande rilievo. Quello vitivinicolo è un settore di assoluto prestigio, molto valorizzato soprattutto dai giovani, che nelle loro scelte di consumo mostrano particolare considerazione verso il vino biologico e di qualità. I giovani bevono vino in maniera moderata e responsabile, aprendosi così alla convivialità e alla socialità". Massimiliano Valerii, Direttore Generale Censis: "Il rapporto col vino della grande maggioranza dei giovani è marcato dalla logica della qualità e non da quella della quantità. Il vino poi è al centro di momenti significativi di convivialità nei luoghi ed esercizi pubblici, di cui gli italiani hanno avuto nostalgia nell'emergenza sanitaria. Un rapporto maturo e responsabile col vino, quindi, è parte integrante del nostro stile di vita, tanto apprezzato nel mondo".

(La Presse)

CHI PAGA ADUC

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile
DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)