

## Vino: sostenibilità, giovani ed enoturismo al centro della rivoluzione internazionale dei consumi

19 Novembre 2024



ROMA – Le nuove generazioni, ma non solo loro, premiano i vini sostenibili, autentici e biologici. Amano viaggiare, visitare le cantine, prediligono un packaging leggero e innovazioni di prodotto come le edizioni limitate. Si assiste a uno switch dei consumi, cambia la geografia. Nonostante una contrazione dei consumi in Europa, numerosi sono i paesi che vedono “la luce” e appaiono in controtendenza così in Stati Uniti, Asia e Australia.

È quanto è emerso ieri al III Forum Mondiale delle Donne del Vino, organizzato a Roma dall’Associazione Nazionale Le Donne del Vino, che ha affidato a Nomisma Wine Monitor una presentazione su “Vino 5.0: la rivoluzione dei consumi”.

Chiamate a raccolta a Palazzo Grazioli le portavoce di dodici associazioni che riuniscono esperte, produttrici e professioniste del vino provenienti da tutto il mondo con cui le italiane, dal 2019 sotto la presidenza di **Donatella Cinelli Colombini**, hanno costituito un network internazionale e siglato un patto internazionale di collaborazione.

Questo importante appuntamento ha offerto una giornata di dialogo per analizzare le

tendenze di consumo globali e per condividere strategie volte ad affrontare le sfide e le opportunità del settore vitivinicolo internazionale, esplorando i mutamenti degli stili di vita, le nuove aspettative dei consumatori e il ruolo crescente delle donne come protagoniste di questo cambiamento.

“Il Forum Mondiale delle Donne del Vino – ha detto **Daniela Mastroberardino**, presidente nazionale delle Donne del Vino – è stata un’occasione straordinaria per confrontarci con chi fa il nostro lavoro nel mondo. Raccolgo e porto avanti l’eredità di Donatella Cinelli Colombini, che ha avviato il dialogo tra le donne del vino a livello internazionale. Abbiamo capito che i tanti cambiamenti che stiamo vivendo, vanno ben oltre l’economia, ma sono legati a delle trasformazioni epocali. Pur da prospettive differenti, il Vecchio e il Nuovo Mondo si ritrovano su tanti temi comuni. Oggi più che mai, costruire una rete solida e collaborativa a livello internazionale è fondamentale per affrontare le nuove sfide e per cogliere nuove opportunità. E in quest’ottica, siamo entusiaste di annunciare un evento unico: una grande degustazione internazionale dei vini delle Donne del Vino del mondo, che si terrà nel 2025. Sarà un’occasione per far conoscere l’eccellenza dei nostri vini, raccontare le nostre storie e rafforzare i legami che ci uniscono. Il futuro del vino si scrive insieme, e noi siamo pronte a farlo”.

## Le testimonianze

Il Forum ha visto la partecipazione online di rappresentanti delle associazioni femminili del vino di diversi Paesi. Moderate dalla giornalista e delegata del Lazio **Manuela Zennaro**, ognuna ha portato la propria visione sui cambiamenti in atto nel settore, mettendo in evidenza l’importanza di collaborazioni transnazionali, il ruolo delle donne nel guidare nuovi modelli di leadership inclusiva, particolarmente rilevante nei mercati emergenti.

“In Argentina il potere d’acquisto delle famiglie oggi è minore e quindi ne hanno risentito anche i consumi di vino”, ha detto **Cristina Pandolfi**. “Negli anni 70 gli argentini consumavano 91,8 litri pro capite; nel 2022 18 litri. I nuovi consumatori sono curiosi e chiedono libertà, freschezza, packaging più leggeri e sostenibilità”.

“I giovani cercano i Premium beverage tra i 15 e i 30 dollari. Vogliono sostenibilità e bevono il vino in occasioni sociali”, ha detto l’australiana **Jane Thomson** di Fabulous Ladies’ Wine Society.

“Nel 2023, abbiamo fatto un sondaggio tra le donne e le notizie sono buone: il 91% conosce i vini austriaci. Le under 30 (83%) bevono vini austriaci. Le donne preferiscono il vino, gli uomini la birra. Crediamo e scommettiamo molto sull’enoturismo”, ha aggiunto dall’Austria:

**Heidi Schrock** di 11 Frauen und ihre Weine.

“In Québec”, ha raccontato **Susana Ochoa Vega** del Canadian Women’s Wine Association, “la popolazione è più anziana e chiede sempre consiglio su tutto; comprare una casa o un vino, ha sempre bisogno di certezze. I giovani tra i 18 e i 40, invece, seguono i social o siti web. Il 72% consuma il vino a cena, per l’aperitivo preferiscono gli spirits o i cocktail. Sono popolari il cidro e la birra. Il futuro? Vini a basso grado alcolico e vini biologici e naturali”.

“Gli ettari del Cile stanno diminuendo ma i consumi rimangono stabili. I giovani rappresentano l’11% di chi consuma vino e preferiscono vini più facili da bere a basso grado alcolico, più dolci e fruttati. Per le donne resta ancora un importante gender gap: l’87% dichiara di guadagnare meno di un uomo a pari lavoro”, ha detto **Cristina Alvarez Gonzalez** di Muv Chile.

“In Cina il vino rimane un settore molto piccolo rispetto alle altre bevande: rappresenta meno dell’1%,. I giovani sono più attratti da cocktail a base di frutta e altre bevande con molto sapore, sono molto social e questo ha avuto un impatto sui consumi del vino: se il vino vuole raggiungerli, deve arrivare sui social. Sono molto importanti gli acquisti online di vino che hanno superato quelli in negozio. Cresce il consumo di vino bianco e chi compra è soprattutto donna”, ha aggiunto **Michelle Liu** di Women in Wine & Spirits Award.

“Noi siamo produttori di vino con oltre 134 varietà locali. Sono 188 le donne produttrici su un totale di 1364 vignaioli. Un comparto che vale 6 milioni di euro. I giovani bevono vini più leggeri: rosati, bollicine e orange wine”, ha detto dalla Croazia **Sanja Muzaferiya** di Women on Wine.

“I giovani georgiani preferiscono vino rosso (34%) e orange wine (20%). Abbiamo un boom di enoturismo: si prevedono oltre 7 milioni di visitatori nei prossimi anni. La Generazione Z ama i Pet Nats rifermentati in bottiglia. Sono sempre più informati e formati”, ha aggiunto dalla Georgia **Tamara Gvaldze** di Georgian Association of Women Winemakers.

“C’è una contrattura dei consumi a causa della crisi economica, ma anche di una nuova attenzione alla salute. Si cercano vini più economici. I Millennial sono i maggiori consumatori ma per loro bere vino vuol dire fare un’esperienza. I consumatori più giovani preferiscono i cocktail, il vino per loro è una bevanda troppo complicata per il nuovo lifestyle”, ha detto dalla Germania: **Trixi Bannert** di Vinissima:.

“Nel 90% si consumano vini locali, ma il consumo è sceso del 20% negli ultimi 20 anni. Cosa portano i giovani tra i 21 e i 24 anni a un party? Bevande alternative al vino, possibilmente

low alcol”, ha aggiunto dalla Nuova Zelanda **Nicky Grandorge** di New Zealand Women in Wine.

“Abbiamo un consumo molto alto pro capite di alcol: i peruviani preferiscono bevande dolci e forti. Si bevono vini cileni e argentini ma anche spagnoli. La birra è in cima alla top ten delle bevande consumate. Per i giovani il vino ha costi troppo alti, lo considerano d’élite. Però amano l’abbinamento di vino e cibo, bisogna lavorare in questa direzione parlando loro sui social”, ha detto dal Perù **Carmen Robatty Abril de Moquillaza** de Las Damas del Pisco.

“Vini più leggeri, con alcol molto basso: si scelgono più i bianchi. Stesso discorso sul packaging: sempre meno bottiglie senza sughero, e l’utilizzo di bag-in-box. I giovani e le donne hanno bisogno di più informazione. E le donne portano più innovazione nella comunicazione, comprano e consumano più vino”, ha concluso dalla Francia **Melanie Pfister**, past president Femme de Vin.

## L’indagine Nomisma Wine Monitor

Durante il Forum sono stati presentati da **Roberta Gabrielli** di Nomisma Wine Monitor i dati più significativi che fotografano la realtà del settore.

Il panorama vitivinicolo italiano si distingue per la sua varietà e frammentazione: 30.000 aziende di trasformazione, di cui 1.800 a carattere industriale; 241.000 imprese agricole impegnate nella fase iniziale della filiera; un fatturato complessivo di 16 miliardi di euro, pari al 9% del settore Food&Beverage italiano. 7,8 miliardi di euro di export, corrispondenti al 15% del totale Food&Beverage. La filiera del vino dà lavoro a 74.000 addetti diretti, ma il numero sale a 1,3 milioni considerando logistica, distribuzione, ristorazione e turismo enogastronomico.

Il mercato italiano è dominato da una miriade di piccoli produttori: le prime 5 imprese generano il 14% del fatturato, mentre le prime 100 coprono il 55%, lasciando ampio spazio ai piccoli artigiani del vino.

L’Italia è il primo produttore mondiale di vino, ma si posiziona al secondo posto per valore delle esportazioni, superata dalla Francia (12 miliardi di euro). Seguono la Spagna, che registra alti volumi ma valori più contenuti.

## Il cambiamento delle abitudini di consumo

Negli ultimi 20 anni, il consumo di vino in Italia è calato da 29,3 milioni di ettolitri nel 2003 a

21,8 milioni nel 2023. Diminuisce il consumo di vino anche in Europa e più in generale a livello globale, tra 2003 e 2023 sono diminuiti di 18 milioni di ettolitri a causa del cambiamento delle abitudini di consumo. Non tutti vedono nero. Si assiste infatti ad uno spostamento dei consumi. Cresce quello in altre aree come Stati Uniti, Asia e Australia. Tuttavia, il fenomeno è accompagnato da un aumento del valore percepito grazie alla riqualificazione dell'offerta e al cambio di mix produttivo:

L'incidenza dei vini sfusi è scesa dal 35% al 19%. Il segmento degli spumanti (incluso il Prosecco) è quadruplicato, raggiungendo il 24%. Il prezzo medio all'export dei vini imbottigliati è cresciuto del 70%, passando da 2,57 euro/litro nel 2010 a 4,37 euro/litro nel 2023.

## **Il futuro del vino: sostenibilità, autenticità, enoturismo**

Il Forum ha evidenziato l'importanza di intercettare i nuovi trend di consumo, in particolare tra i più giovani (Generazione Z e Millennials):

Sostenibilità e packaging eco-friendly sono diventati fattori determinanti nelle scelte d'acquisto. Cresce l'interesse per edizioni limitate e nuove modalità di consumo, come il vino in lattina, particolarmente apprezzato all'estero. Le consumatrici dimostrano una maggiore attenzione alla qualità e agli aspetti salutistici del prodotto.

Con un giro d'affari di 2,9 miliardi di euro nel 2023, l'enoturismo rappresenta una risorsa strategica, soprattutto per le piccole aziende. Questo settore sta conoscendo una rapida crescita, alimentato dall'aumento dei flussi turistici e dall'interesse per esperienze autentiche legate al territorio.

## **Generazioni e gusti a confronto**

Il cambiamento degli stili di vita e delle preferenze dei consumatori sta ridisegnando il mercato globale: Millennials e Gen X dimostrano una maggiore attenzione ai vini di qualità, alla diversità regionale e agli aspetti legati alla salute, mentre i Baby Boomers mantengono abitudini più tradizionali. I consumatori più giovani, in particolare la Gen Z, cercano vini che siano non solo di qualità, ma anche sostenibili, autentici e capaci di raccontare una storia. Necessità di sedurre i consumatori, soprattutto i più giovani con prodotti innovativi ad esempio in Chile più dolci e fruttati. Aumentano i consumatori di vino occasionali (da 45% a 60%). Un fenomeno che interessa in particolare coloro dai 25 anni in su.