

Nota de prensa

VINO Y CONSUMO: ENTRE HÁBITOS, DESHÁBITOS Y DIFICULTADES, ITALIA NO RENUNCIA A BEBER

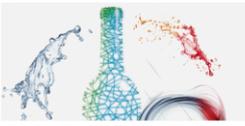
INGRESOS Y FRANJA DE EDAD DECISIVOS PARA LA COMPRA EN LA GDO. LOS VINOS ESPUMOSOS DOMINAN EN EL CONSUMO FUERA DEL HOGAR. EL APERITIVO SE VUELVE PRIMERA OCASIÓN DE CONSUMO

LOS MAYORES DE 55 AÑOS SIN HIJOS COPAN LAS COMPRAS DE VINO EN LA GDO (59%)

(Milán, 12 de noviembre de 2024). Mayores de 55 años sin hijos a cargo y con ingresos por encima de la media nacional en 6 de cada 10 casos. De acuerdo con el estudio presentado hoy en la feria de Milán por el *Osservatorio Unione italiana vini (Uiv)* y por NIQ Italia en el marco de Simej, es éste el retrato del grupo de consumidores constituido por 11,3 millones de familias que amén de representar al consumidor de vino hogareño arquetípico, realiza sus compras en la gran distribución organizada en un 59% de los casos. Protagonistas de esta compra enológica, cuyo valor asciende a 1.830 millones de Euros por año, estos *boomer* (con una coetilla de *GenX*), dejan poco más que migas para los otros dos grandes grupos identificados: las familias con hijos a cargo (7,8 millones) que rozan el 24% del gasto global y las familias por debajo de los 55 años sin hijos a cargo que no alcanzan el 18%. “Somos testigos de una tendencia que va afianzándose – señala Eleonora Formisano de NIQ Italia -, el primer grupo no para de crecer, mientras los otros dos avanzan con dificultad, de manera especial los segmentos de renta baja. Una polarización del consumo de vino fundada en variables que se han tornado estructurales como la edad y las posibilidades económicas”. Y es justo el gasto medio anual que marca la diferencia y pone de manifiesto las dificultades de los consumidores italianos que, con el fin de reducir la sensación de desembolso, aumentan la frecuencia de compra (+3,3%) disminuyendo el consumo de vino (-2%). Las familias con hijos a cargo suelen gastar en bebidas hasta 5 veces menos que las parejas de más de 55 años.

EL CONSUMO FUERA DE CASA: LOS ESPUMOSOS ADELANTAN LOS DEMÁS VINOS. EL APERITIVO ES EL REY DE LAS OCASIONES DE CONSUMO

El sector minorista dedicado al consumo doméstico se contrapone a un canal de consumo “extra-hogareño” con tendencias cada vez más definidas. De acuerdo con el panel entrevistado por NIQ Italia para la feria de Uiv, líder del sector del embotellado, hoy el número de consumidores de vinos espumosos rebasa - copando el 63,4% del total- él de los bebedores de otros vinos que se queda en el 61%. Un adelantamiento inconcebible hasta hace poco considerando que los vinos sin burbujas y los efervescentes vertebran el “viñedo Italia” rozando los 4/5 de la producción total. Un cuadro de la época que se refleja también en la modificación de las situaciones de consumo. Actualmente el *aperitivo* se ha convertido – en detrimento de las comidas principales – en el protagonista del consumo de bebidas alcohólicas no sólo entre los jóvenes de la *GenZ* o los *Millennials*, sino que se ha hecho con el podio también entre la franja de población de entre 45 y 54 años (con aperitivo y comidas que rondan el 31% del consumo) y que cada vez está más cerca de entronizarse también entre los mayores de 55 años. Una tendencia “cóctel” que se va afianzando como demuestra el 37% de los consumidores (no sólo los jóvenes) que elige producto y forma de beber en razón de su atractivo fotográfico en redes sociales. “Estamos experimentando – declaró el responsable del *Osservatorio Uiv*, Carlo Flamini - una revolución del consumo que, por distintas razones se está acelerando. Hace falta entrar en el juego que apuesta por el relevo generacional ya



que en un horizonte de 20 años habrá en el mundo 400 millones de jóvenes consumidores con quienes el vino podrá y deberá comunicar para àsar a formar parte de su experiencia vital y no limitarse a representarla”.

La presentación del estudio *I nuovi consumatori italiani di vino e bevande*¹ se celebró acompañada de los comentarios y observaciones del presidente de Unione italiana vini (Uiv), Lamberto Frescobaldi y del consejero delegado del grupo Mionetto, Alessio Del Savio.

1 N.d.T. “Los nuevos consumidores italianos de vinos y bebidas