

Alcolici. Studio Nielsen

Federvini: gli italiani bevono meno ma meglio

■ Bere meno e bere meglio: è questa la chiave di lettura di un mercato italiano che consuma meno (specialmente super alcolici) ma spende di più.

Da una fotografia scattata da Nielsen per conto di Federvini (la Federazione dei produttori di vini e liquori) sul consumo delle bevande alcoliche in Italia nel quinquennio 2011-2015, emerge che gli italiani sono consumatori di bevande alcoliche responsabili e moderati: bevono meno e bevono meglio, condannano gli abusi e ricercano online le informazioni relative ai prodotti, premiando la rete come miglior canale dove reperire notizie ed indicazioni in modo facile ed immediato.

«Nel 2015 - commenta il presidente di Federvini, Sandro Boscaini, patron della Cantina Masi Agricola - abbiamo assistito a un'ulteriore flessione nel consumo di bevande alcoliche da imputarsi probabilmente al quadro economico generale, alla minor propensione al consumo fuori casa, alle tendenze in campo alimentare che spingono spesso i consumatori verso stili di vita "pro" o "contro" singoli prodotti o categorie di prodotti e di conseguenza ad una contrazione nella frequen-

za del bere che, secondo quanto rilevato da Nielsen, passa da 4 a 3,6 volte a settimana».

Boscaini sottolinea che sono indicatori importanti che ci danno la misura di quanto stiano cambiando le abitudini e le modalità di consumo degli italiani, che restano i più virtuosi d'Europa. «Non dobbiamo comunque dimenticare l'importanza della cultura della responsabilità - aggiunge - con particolare riferimento ai giovani, una delle categorie più sensibili nei consumi delle bevande alcoliche fuori casa».

Per questo, in collaborazione con la Federazione pubblici esercizi, Federvini ha avviato il progetto #Beremeglio per supportare i gestori di bar, locali e ristoranti nel rapportarsi in modo corretto, puntando su un'offerta di qualità.

Negli ultimi 5 anni, secondo quanto riscontrato da Nielsen, si è inoltre assistito ad una diminuzione del 5% pari a 1,8 milioni di consumatori in meno soprattutto nella categoria delle bevande a più alta gradazione alcolica, cioè liquori, distillati e cocktail.

In termini di modalità di consumo si evidenzia che per il 61% degli italiani le bevande alcoliche vengono consumate insieme a qualcosa da mangiare, durante un pasto o un aperitivo. Il tutto in linea con quello che è lo stile mediterraneo. Inoltre l'85% degli intervistati ritiene utili le informazioni sulle etichette e il 54% degli italiani afferma che il web può essere uno strumento utile per cercare ulteriori informazioni sulle caratteristiche del prodotto.

E. Sc.

