

Brevi Primo Piano

Cresce la consapevolezza del mangiare e del bere. Educazione meglio dei divieti

di: Redazione

20 maggio 2016



Secondo la ricerca Nielsen di Federvini, cresce la consapevolezza e la voglia di buon cibo e del bere bene. Anche se consumatori e consumi calano, il trend è qualitativo, grazie anche all'educazione e alla cultura della tavola. Il dato emerge attraverso la ricerca Nielsen per Federvini, dalla quale si legge che in 10 anni, tra il 2005 ed il 2015, i consumi di vino, birra e alcolici sono diminuiti del 25%. Numerose le cause: demografici, la popolazione italiana invecchia; sociali, sono cambiati momenti e luoghi di consumo; economici, ma anche per nuovi atteggiamenti alimentari sempre più orientati al salutismo; e, non ultimo, per una sempre maggiore competizione con gli altri settori del beverage.

In controtendenza, invece, i consumi fuori casa, in ristoranti, pizzerie, bar e pub, uniti all'esigenza di consumare vino secondo un stile "mediterraneo". In Italia, ad esempio, l'84% degli intervistati è d'accordo nell'affermare che la cultura enogastronomica mediterranea è forte e che vede nel bere accompagnato i pasti uno dei suoi pilastri.

Una consapevolezza che cresce (il 78%, nel 2011), come cresce il numero delle persone (83% sul 73% del 2011) che ritengano che bere in eccesso e perdere il controllo sia sbagliato e fuori moda. E per limitare quei comportamenti sbagliati nell'approccio al vino e alle bevande alcoliche, che pure esistono, l'85% degli italiani sostiene che sia più utile investire nella formazione alla cultura del bere, che puntare sulla logica del divieto.

Tutti aspetti da tenere in considerazione per un settore, come quello del vino che, forte dei successi dell'export degli ultimi anni, sembra voler tornare ad investire anche sul mercato nazionale, che vale da solo la metà del business, e dove sono tanti gli sforzi da mettere in campo per invertire una generica tendenza al ribasso.