

In Italia il consumo di vino è in discesa da 40 anni. Da 100 litri procapite si è scesi a 48 litri/anno. Giusto, da un punto di vista di eccessi, abusi, malattie, danni, incidenti, ma un grande Paese produttore deve essere anche un consumatore attento, difendere un prodotto leader.

L' Osservatorio ha seguito e anticipato questo fenomeno. Già nel 2001 era chiaro che la scelta edonistica e l'approccio extra tavola non avrebbe aumentato i consumi, ma li avrebbe spostati e ridotti. I dati OVSE registrano un passaggio da 56 litri a 48 di media annua per abitante nell'arco degli ultimi 9 anni. Anche la tipologia, i contenitori di vino, non solo i luoghi di consumo, il modo e la quantità sono cambiati. In 15 anni si è passati dal vino rosso corposo e invecchiato, al boom delle bollicine.

Un trend che ha inciso sulle quantità, sul valore. Cause diverse: stili di vita, tempi di consumo, fuori pasto, minor pasti in casa, diete, salutismo, lotta agli abusi, norme stringenti sono alcune, ma anche l'età dei consumatori, la velocità dei cambi di gusti, cucina più leggera, consumo più diretto e più comodo, nuovi mercati, nuove scommesse commerciali, più facili contratti, filiera lunga, prezzi, edonismo, imitazione, ricarichi eccessivi .... Hanno tutti contribuito a una modifica del consumo.

Occorre rivedere l'approccio, l'accesso, la presentazione, la società. I sondaggi confermano una opportunità di ri-crescita, seppur lenta, dei consumi interni. Occorre però una sinergia di intenti, modi ben calibrati, formule di approccio mirato e diretto, favorire l'accesso a più persone, certezze sui limiti dannosi, indicazione delle quantità giornaliere per avere effetti terapeutici, ritorno a una cucina regionale, rapporti sociali collettivi, meno arrivismo, più conformità, filiera corta, acquisti in cantina, nelle insegne e su mercati occasionali, meno enfasi virtuale e più valore aggiunto, prezzi contenuti al consumo, estetica sobria e non abuso di effetti speciali.

L'Italia è un mercato del vino che ha oltre 2000 anni, sistemi commerciali diversi dai Paesi che si sono avvicinati al vino da 50 anni al massimo. Triplicare il prezzo di una bottiglia è eccessivo, ma anche il ritorno allo sfuso non è una strada. Occorre portare il vino nei luoghi di consumo, attirare il consumatore nei luoghi di produzione, far cadere la discontinuità a favore della regolarità misurata, il vino è sempre più prossimo al luogo di consumo. All'estero è tutto diverso e occorre una politica differente.

**Collaborazioni OVSE: Rete LinkedIn Updates Group Consulting (394 Testimonial in 48 mercati esteri) Insee, Oemv, Justdrinks, Winesas, Allt-Om-Vin, Inao, Echos, Istat, Ice, Eurostat, AcNielsen, DataBank, Iwsr/GDR, UbiFrance, RaboBank, uffici Dogane, Oeno.**

**Giampietro Comolli +393351996531**

**Economista Distretti Vini e Territori - Fondatore e Presidente O.V.S.E. – C.E.V.E.S. © skype: giampietro.comolli**