



Agroalimentare - Agivi: Giovani, donne e consumatori "core" trainano consumo di vino durante il lockdown

Verona - 23 nov 2020 (Prima Pagina News) Pierpaolo Penco (Wine Intelligence): "Frequenza di consumo stabile, ma in molti

Paesi ha superato i livelli del 2019"

Appassionato, giovane e donna, pronto a stappare anche fuori dai pasti. È l'identikit del consumatore protagonista della ripresa nei consumi di vino secondo i dati Wine Intelligence presentati oggi al wine2wine di Veronafiere durante il convegno "Diamo i numeri: giovani, vino e mercato dal lockdown ad oggi", l'appuntamento organizzato da Agivi per analizzare l'effetto del Covid-19 sui modelli di consumo delle nuove generazioni. "Abbiamo esaminato i sei mercati chiave per il vino italiano, Stati Uniti, Germania, Regno Unito, Svezia, Canada, Australia e Cina – ha spiegato Pierpaolo Penco, Italy Country Manager di Wine Intelligence che ha realizzato l'indagine –, e abbiamo osservato come la frequenza di consumo di vino sia rimasta stabile e, in molti Paesi, sia cresciuta oltre i livelli del 2019". Secondo la fotografia scattata ad agosto, infatti: "Il lockdown nei diversi Paesi non hanno fermato il trend decennale di diversificazione e aumento delle occasioni di consumo – ha proseguito Penco –: la moltiplicazione dei momenti per stappare a casa ha compensato il venir meno della maggior parte delle opportunità del fuori casa. A sostenere questo trend – ha concluso – sono stati i consumatori 'core', le donne e i giovani, in particolare i Millennials, contribuendo così all'affermazione delle vendite nel canale e-commerce". Per la presidente dell'Associazione dei giovani imprenditori vinicoli italiani under 40 di Unione italiana vini, Violante Gardini Cinelli Colombini: "Nonostante le difficoltà e tutte le limitazioni determinate dall'emergenza sanitaria, il vino ha continuato a farsi interprete dei momenti della socialità, anche se vissuti a distanza, con una sorta di 'effetto sostituzione' dell'aperitivo, soprattutto tra i giovani. Per questo dobbiamo continuare a studiare soluzioni e proposte che sappiano fidelizzare i nuovi winelover, sempre più protagonisti nei momenti di transizione e trasformazione, e conquistare anche questi segmenti del mercato con lo sguardo innovativo che la giovane imprenditoria sa e deve avere in questa fase delicata di ripresa per il settore".

(Prima Pagina News) Lunedì 23 Novembre 2020