

**Il vino e i giovani.** Uno studio dell'Università di Siena dedicato ai nuovi modelli di consumo

# Bere moderato è trendy

Un alimento socializzante che si assume in prevalenza fuori casa

**Nicola Dante Basile**

MILANO

**I**l vino è un alimento e come tale va considerato. In giuste dosi ha proprietà nutritive benefiche, quindi da preferire rispetto ad altre bevande superalcoliche, ma anche più ricche di zuccheri. Certamente facilita la socializzazione, ma è sconsigliabile quando si deve guidare. Per i giovani poi, il vino è una bevanda esistenziale, che "fa essere", più di quanto "fa fare".

A sostenerlo è Omar Calabrese, professore di Semiotica dell'Università di Siena e coordinatore della ricerca su "Consumo e immaginario del vino tra i giovani" realizzato per Enoteca Italiana di Siena, l'unica che ha status pubblico ed è riconosciuta con decreto presidenziale del 1950. La ricerca, che ha coinvolto un campione di 2.500 persone tra 18 e 30 anni, fa parte del progetto "Vino e Giovani" finanziato dal ministero delle Politiche agricole. Le risposte aggiornate a metà settembre, e di cui Il Sole 24 Ore è in grado di riportare una sintesi, mettono in evidenza innanzi tutto il tipo di vino preferito.

Ebbene, una buona fetta del campione, il 20% dei giovani tra 18-24 anni, dichiara di consumare vino rosso, mentre il 40% della fascia 25-30 anni consuma quotidianamente vino rosato; solo il 6% tra 18 e 24 anni beve vino bianco. In ogni caso «già a partire dai 18 anni - commenta Calabrese - si rileva una domanda

che non si discosta poi molto dalle richieste dei più adulti». Quanto al luogo di consumo, solo un quinto del campione dichiara di preferire le mura domestiche, mentre a prevalere (28%) è la domanda del "fuori casa", che nella fattispecie comprende locali trendy per giovani, wine bar, ristoranti classica, ma anche centri o ritrovi per dibattiti di tematiche sociali, economiche e politiche. Riferimento, questo, che vede coinvolte persone di ogni tendenza ideologica. A conferma che il vino non è né di destra né di sinistra.

Cresce il feeling tra gentil sesso e vino. Infatti il 10% delle donne dichiara di preferire vino al momento dei pasti in famiglia, ma è il 28% che sempre più spesso si concede un calice fuori casa. Il consumo extra domestico attrae sia i giovani tra 18 e 24 anni (26%), che quelli di 25-30 anni (31%). Diffusa anche nella fascia 31-40 anni (28%). La maggiore frequenza del consumo fuori casa tra i giovani da 18 a 30 anni è comunque legata alla accentuata socializzazione di questa popolazione, con una predilezione per il momento dell'aperitivo.

Mal'occasione più gettonata, secondo la ricerca dell'équipe del professor Calabrese, è la classica cena con gli amici. Il che contrasta con l'inclinazione del consumatore "anglosassone", più portato alla birra e ai superalcolici, e accentua l'accezione "meditativa" della convivialità, della conversazione. Il vino, quindi, inteso come oggettivo

identitario, che "fa essere", capace di incarnare alcuni tratti essenziali di chi lo sceglie, consuma e apprezza.

E tanto basta «a dimostrare come le giovani generazioni - sostiene il direttore di Enoteca Italiana, Fabio Carlesi -, si avvicinino al vino con equilibrio e partecipazione, consapevoli che un consumo moderato fa parte della storia e della cultura alimentare del Belpaese».

Un tema questo che è parte integrante del programma "wine in moderation" sostenuto da Federvini e Unione italiana vino, sostenitori di un piano comune di lavoro nell'ambito del progetto europeo sul consumo di alcol dei giovani. Per i due presidenti, rispettivamente Lamberto Vallarino Gancia e Andrea Sartori, partecipare a questo progetto «costituisce una grande opportunità per affrontare e dibattere concretamente e con rigoroso approccio scientifico un consumo scorretto del vino».

«Da questo punto di vista - aggiungono Gancia e Sartori - abbiamo apprezzato l'intervento del ministro Luca Zaia sulla questione dei limiti del tasso alcolemico nel sangue. Il nostro punto di vista al riguardo è da tempo molto chiaro: tasso "0" per neopatentati, giovani fino a 21 anni e guidatori professionali; per tutti gli altri, conferma del limite di "0,5" g/l, largamente condiviso in tutta Europa. Per questo è necessario un approccio diverso al problema dell'abuso, centrato su informa-

zione e formazione». E quindi non v'è dubbio che «c'è molto da fare per impedire che campagne di disinformazione confondano l'alcolismo con il consumo di vino - commenta il vicepresidente di Unionevini, Gianni Zonin - criminalizzando così uno dei prodotti principe della storia, della civiltà, della cultura e parte integrante della dieta mediterranea, i cui benefici sono riconosciuti da tutto il mondo scientifico».

In questo senso una corretta comunicazione del prodotto vino è auspicata dalla maggioranza assoluta degli italiani. Sul come, dove e quando il 51% del campione della ricerca ritiene che il passaparola e le feste tipo sagre e quant'altro sono fonti e momenti di informazione preferite, molto più della semplice pubblicità fatta su carta stampata, radio e televisione. Altro veicolo preferito dai giovani di età 18-24 anni sono i portali su internet, che hanno superato i quotidiani online come fonti di informazione.

Quindi, giovani consumatori sempre di più al centro delle attenzioni dei mass media e, per certi versi, attratti da fenomeni tradizionali ancorati al territorio di appartenenza. E questo si spiega con la tendenza dei consumatori più giovani a prediligere netari che hanno origine nelle proprie zone. Preferenza che, stando alla ricerca, cresce d'interesse a mano a mano che si amplia la conoscenza dei vitigni autoctoni, considerati prodotti in grado di vincere l'omologazione e globalizzazione del gusto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## ATAVOLA

Secondo la ricerca curata dall'équipe di Omar Calabrese il momento preferito per bere vino è la classica cena con gli amici

**LE PERCENTUALI**

**20%**

i giovani che secondo la ricerca dell'Università di Siena bevono abitualmente vino rosso

**10%**

le donne che nel nostro paese scelgono il vino come bevanda per i pasti in famiglia

**40%**

i consumatori italiani che di solito si concedono un calice di vino rosato

**28%**

gli italiani tra i 18 e i 30 anni che in Italia consumano vino fuori casa

**6%**

la percentuale di intervistati che a tavola beve quotidianamente vino bianco

**28%**

la percentuale del campione femminile che preferisce il consumo extradomestico di vino



**Assaggiatori.** Corso di degustazione all'Enoteca Italiana di Siena

