Assemblea Federvini: bene il fuori casa, +19% delle visite nel 2022

20230609123405federvini-55-xl-eccc9a90

E' stato un 2022 da ricordare per il Made in Italy dei vini, degli aperitivi, degli amari, dei liquori, dei distillati e degli aceti. Secondo i dati presentati da **Nomisma** e **TradeLab** durante l'**Assemblea Generale di Federvini** svoltasi a Roma negli scorsi giorni, nonostante i rincari di energia e materie prime il comparto tricolore vale oltre 20 miliardi di euro di fatturato e rappresenta il 21% dell'export complessivo Food & Beverage italiano.

BENE EXPORT E FUORI CASA

Cresce nel 2022 rispetto all'anno precedente l'**export di vino italiano nel mondo**, con le eccezioni di Germania e Cina. Tra i mercati più ricettivi quello britannico (+46,5%) e giapponese (+25%). Record delle esportazioni di spiriti nazionali che lo scorso anno hanno prodotto un fatturato di 1.650 milioni di euro, +25% sul 2021. Bene anche l'aceto balsamico, con segno più a doppia cifra (+15% in valori rispetto al 2021) nei principali mercati di destinazione tra cui Stati Uniti e Germania.

Good news anche sul fronte dei **consumi fuori casa, in ripresa dopo il periodo pandemico (+19% delle visite rispetto al 2021), che genera nel complesso un fatturato di 93 miliardi di euro**.

DOP E IGP: COSA NE PENSANO GLI ITALIANI

I cittadini del Belpaese sono consapevoli del tema delle certificazioni di qualità. Dalla survey realizzata da Nomisma per Federvini emerge un quadro secondo cui **il 53% del campione dichiari di conoscere il significato delle sigle DOP e IGP** e li consideri una garanzia di qualità, mentre un terzo degli intervistati, si dice interessato alla materia, pur non conoscendola nel dettaglio. Il 78% associa invece maggiore qualità ai prodotti certificati, il 74% alla tracciabilità del prodotto e il 68% alla

sicurezza e ai controlli.

Sul fronte più specifico di vino, spiriti e aceti certificati, il 62% dei consumatori ritiene che i vini DOC/DOCG/IGT rispettano specifiche caratteristiche qualitative e particolari metodi di produzione. Una percentuale che si attesta al 28% per gli spiriti certificati e al 47% per l'Aceto Balsamico di Modena IGP).

ITALIA: IL CONSUMO E' VIRTUOSO

Quanto al comportamento dei consumatori di vino e spiriti, tracciato dalla survey "Analisi sul consumo responsabile delle bevande alcoliche" a cura di TradeLab, **gli italiani si distinguono per un consumo virtuoso delle bevande alcoliche, quasi sempre associato al cibo e a momenti di convivialità**. Nove su dieci, infatti, consumano alcolici con moderazione (solo il 14% del campione dichiara di esagerare a volte). Il 78% li abbina sempre ai pasti.

Ma cosa si intende con l'espressione **'consumo responsabile**? Il 60% degli intervistati associa il concetto alla sicurezza, il 48% all'abbinamento al cibo e il 30% all'amicizia. Inoltre il 74% pensa alla capacità di evitare l'abuso di alcol e il 72% alla conoscenza delle problematiche e alle conseguenze correlate al consumo eccessivo. La ricerca rivela infine una sensibilità diffusa sull'argomento, con l'85% degli italiani che sente il tema vicino (il 60% delle persone tra i 18 e i 34 anni dichiara anche di volerne sapere di più).

Proprio l'educazione al consumo moderato delle bevande alcoliche resta una delle mission essenziali di Federvini che nel corso dell'Assemblea Generale della Federazione ha presentato le nuove **"Linee Guida sull'autoregolamentazione nella comunicazione commerciale e promozionale delle bevande alcoliche"**, un documento organico che riepiloga le raccomandazioni che tutte le aziende associate devono prendere a riferimento nelle proprie azioni di comunicazione al pubblico.

La cultura del consumo è stata inoltre al centro dell'iniziativa **"No Binge – Comunicare il consumo responsabile"** avviata dalla Federazione insieme all'Università La Sapienza di Roma.

HEALTH WARNING E IMBALLAGGI

L'Assemblea di Federvini è arrivata a pochi giorni dall'approvazione, in Irlanda, del provvedimento che introdurrà i cosiddetti **health warning sulle etichette di bevande alcoliche**.

"*La scelta irlandese mette sullo stesso piano consumo e abuso, senza intervenire sull'educazione ad un approccio responsabile e moderato* - ha commentato **Micaela Pallini**, presidente di Federvini - *e quel che è peggio è che si rivelerà sostanzialmente inutile. Sulla questione, l'Italia ha saputo muoversi compatta, istituzioni e imprese, ma dobbiamo ora continuare a fare squadra sul piano internazionale per evitare che il caso irlandese possa indurre altri Paesi a seguire la stessa strada. Alla base della decisione irlandese c'è la mancata comprensione che l'abuso si sradica e si combatte con l'educazione, non con il proibizionismo. L'Irlanda e più in generale Bruxelles guardino all'Italia, ai valori della dieta mediterranea e alla sua cultura di consumo consapevole*".

Altro argomento caldo è la **riforma del regolamento europeo sugli imballaggi**. Due i rischi all'orizzonte segnalati da Federvini: con le misure previste da Bruxelles, infatti, finirebbero per essere privilegiate le pratiche di riuso, difficili e costose da attuare da parte delle imprese, a discapito del riciclo che vede l’Italia ai vertici in Europa. Infine, il mercato verrebbe spinto verso una standardizzazione del packaging, con effetti negativi sull’immagine dei prodotti tricolori.