

“GIOVANI E VINO NEL MERCATO DEI CONSUMI FUORI CASA”

Francesca Migliarucci - Federvini

CONSUMI AFH: un mercato che vale oltre 100 miliardi di euro, di cui quasi il 20% generato dai giovani

AFH
101
mld di euro

Var % 24 vs 23

+1,3%

AFH
9,8
mld di visite

Var % 24 vs 23

-1,1%

1. Il mercato dei consumi fuori casa vale oltre 100 miliardi di euro al sell-out e genera quasi 10 miliardi di visite
2. Nel 2024 è cresciuto a valore, ma ha mostrato una leggera flessione a visite
3. I giovani dai 23 ai 34 anni rappresentano il 20% del mercato a valore.

23-34 anni



20%

Valore

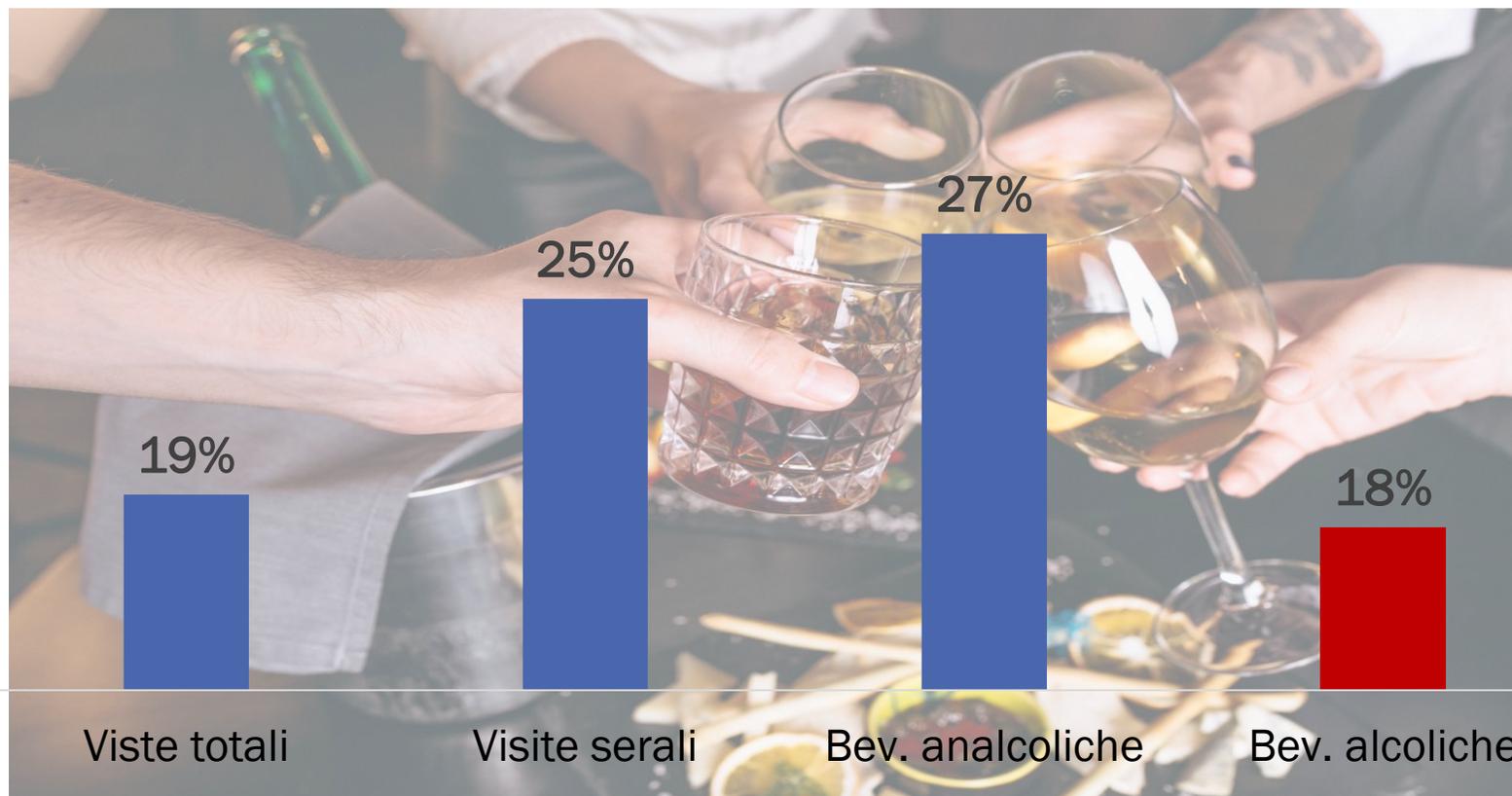
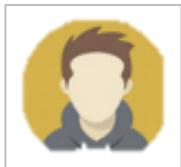
19%

Visite

CONSUMI AFH: contributo dei giovani più rilevante nei consumi di bevande analcoliche, rispetto a quelle alcoliche.

Quota di visite/consumazioni generate dai giovani 23-34 anni

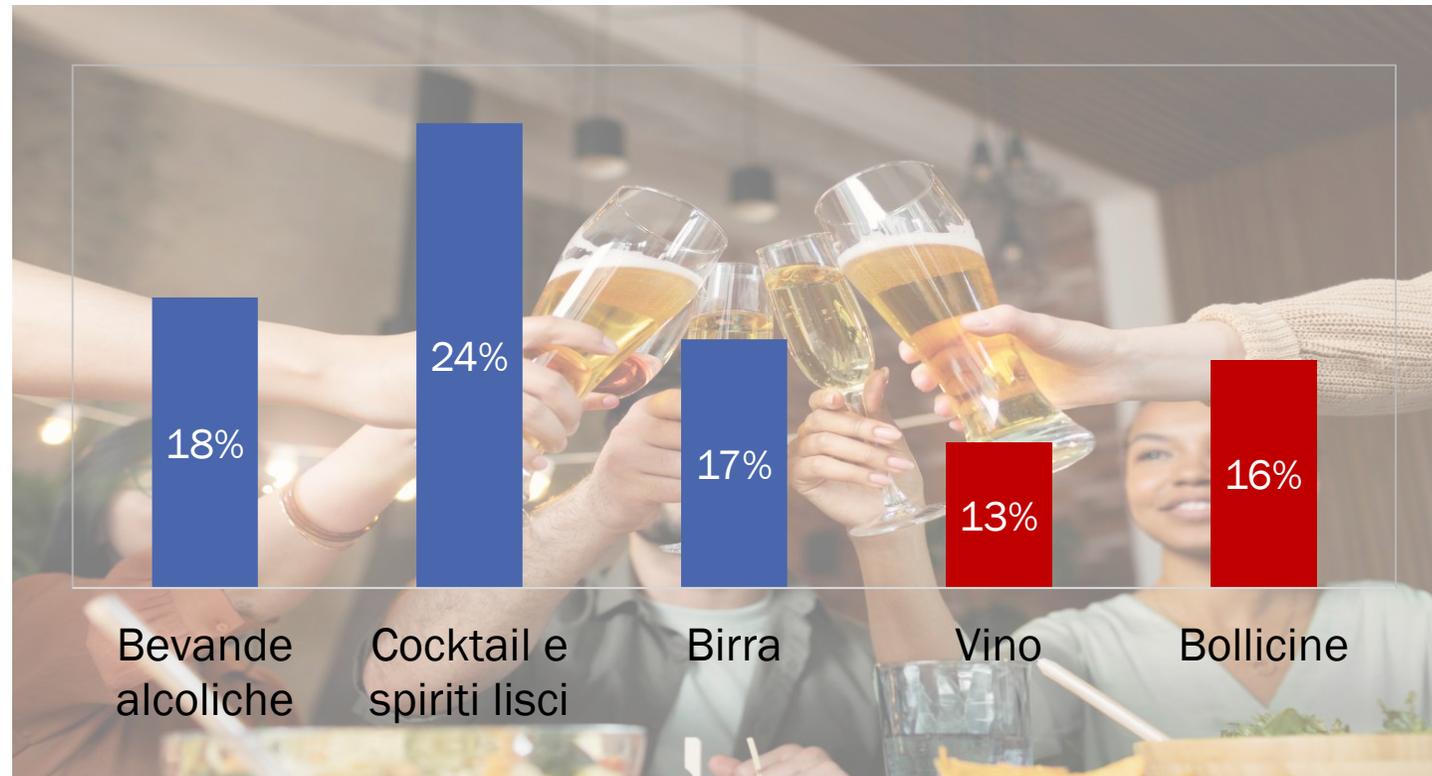
23-34 anni



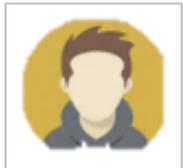
Quasi il 30% delle consumazioni di bevande analcoliche è generato dai giovani, contro il 18% delle bevande alcoliche

CONSUMI BEVANDE ALCOLICHE AFH: i giovani consumano più cocktails e spiriti lisci e meno vino e bollicine

Quota consumazioni alcoliche generate dai giovani
23-34 anni



23 -34 anni



I giovani contribuiscono di più alla categoria Cocktail e spiriti lisci e meno a quella del vino

CONSUMI BEVANDE ALCOLICHE AFH: opportunità di crescita per il vino e le bollicine nelle occasioni serali

CENA: ripartizione consumazioni bevande

	 Gen Z	 Millennial	 Gen X	 Baby Boomer
Analcolico	79%	67%	61%	51%
Alcolico	15%	23%	27%	33%
Vino & bollicine	5%	10%	12%	16%
Totale	100%	100%	100%	100%

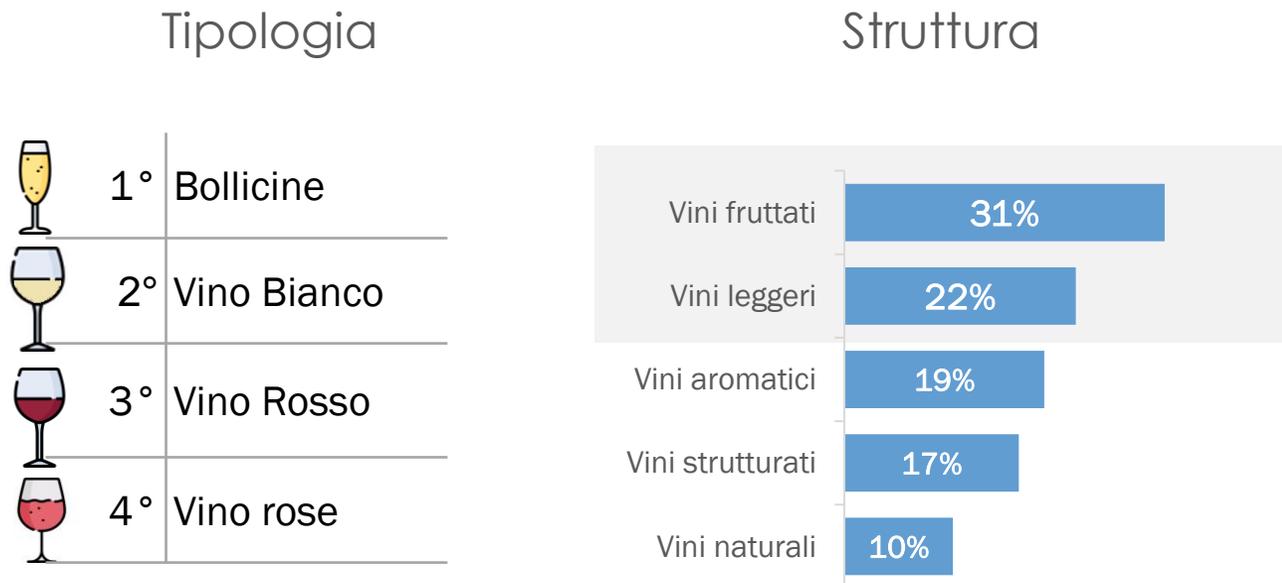
APERITIVO: ripartizione consumazioni bevande

	 Gen Z	 Millennial	 Gen X	 Baby Boomer
Analcolico	49%	39%	35%	33%
Alcolico	40%	43%	47%	48%
Vino & bollicine	11%	18%	18%	19%
Totale	100%	100%	100%	100%

GIOVANI E VINO: preferiscono bollicine, vino bianco, vini fruttati e leggeri

Cosa consumano?

«Quale tipo di vino **preferisci** consumare per TIPOLOGIA/STRUTTURA?»



Con chi?

«Quali sono secondo te le situazioni in cui consumare Vino/Bollicine?»

1° Gruppo di amici



2° Famiglia



3° Partner



GIOVANI E VINO: tipo di vino, prezzo e vitigno guidano la scelta

Il 95% dei giovani sceglie in autonomia, solo il 5% chiede consiglio al barista / ristoratore

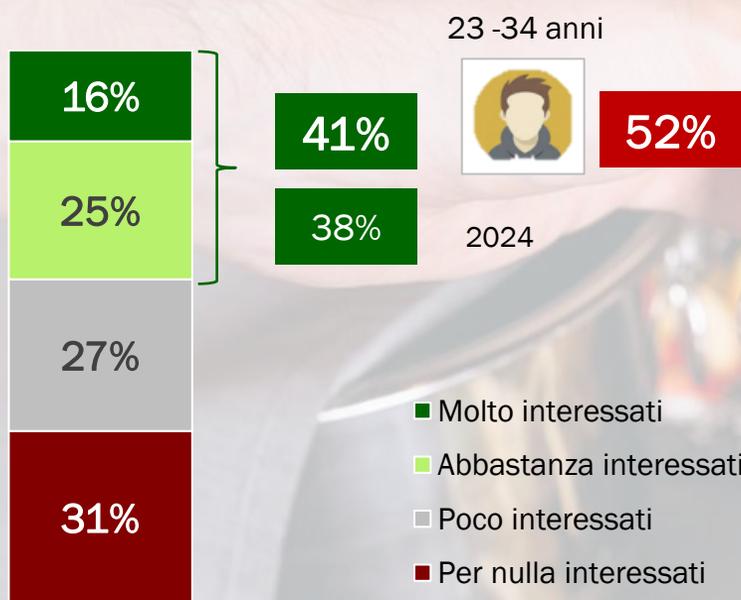


- **Fattore più rilevante** per i giovani rispetto alla media:
il prezzo e la sostenibilità
- **Fattori meno rilevanti** per i giovani rispetto alla media: **abbinamento con il cibo e territorio di provenienza**

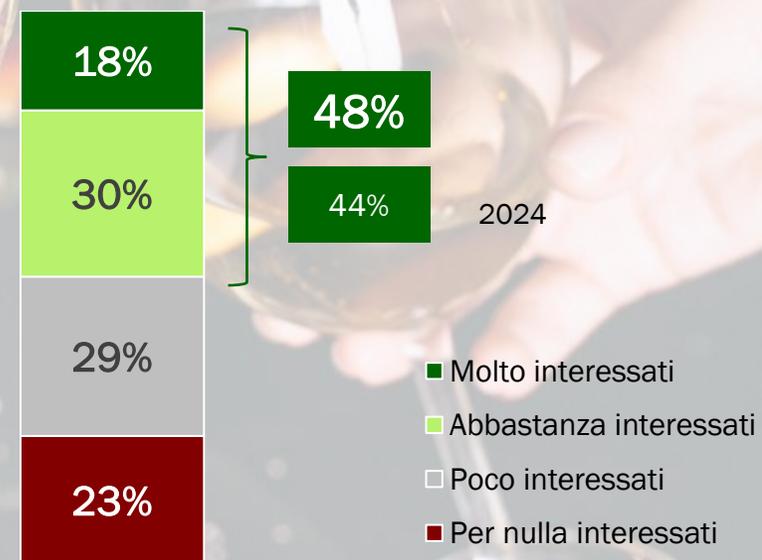
Bevande zero/low alcol»: cresce il livello di interesse

% di interesse degli Italiani verso **bevande ...**

... zero alcol



... con low alcol



Vini low/zero alcol: aumentano sia la conoscenza, che la prova

Si diffonde la conoscenza, quasi 7 italiani su 10, dell'esistenza di vini con basso/zero alcol

«Sapevi che esistono dei vini senza alcol / a basso contenuto alcolico?»



2024

45%

Cresce ma rimane bassa (8%) la quota di chi dichiara di averli già provati

«Hai avuto occasione di provare i vini senza alcol e/o a basso contenuto alcolico?»

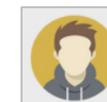


2024

5%

13%

23-34 anni



Vini low/zero alcol: ... e cresce la quota di Italiani intenzionati a consumarli

% di Italiani interessati a consumare vini senza alcol o a basso contenuto alcolico

Interesse al consumo VINI LOW ALCOL

		Interesse al consumo VINI LOW ALCOL				
		Certamente sì	Probabilmente sì	Probabilmente no	Certamente no	Totale
Interesse al consumo VINI NO ALCOL	Certamente sì	43% ↑	2024		4%	9%
	Probabilmente sì		33%			38%
	Probabilmente no			2024		31%
	Certamente no		6%	57%	47% ↓	23%
	Totale	10%	39%	30%	21%	100%



“GIOVANI E VINO NEL MERCATO DEI CONSUMI FUORI CASA”