

# Alcol, i calici sono sempre più vuoti

Giù i consumi, negli ultimi cinque anni 1,8 milioni di italiani ha ridotto il bere. Precipitano liquori (-30%) e cocktail alcolici (-31%), anche il vino perde il 5%

ROMA - I calici sono ormai più vuoti che pieni, ma la cultura e la comunicazione 'smart' sul web possono far tornare nel cuore degli italiani il vino e i distillati nazionali, dai vermouth agli amari e sambuca. È la strada scelta dall'Ais (Associazione italiana sommelier), che sabato celebra la "Giornata nazionale della cultura del vino e dell'olio", e da Federvini, che lancia l'Sos sui brindisi al palo in Italia, anche se il nostrano rito sociale dell'aperitivo va, e impazza nel mondo. Negli ul-

timi cinque anni 1,8 milioni di italiani hanno ridotto i consumi di bevande alcoliche. E tra chi continua a consumarle, una schiera di 32,2 milioni, lo fa 3,6 volte la settimana, invece che le 4 di un tempo.

Ad affossare gli acquisti di 'spirits' sono le donne tra i 25 e i 44 anni, le persone con reddito e scolarità più bassi, e le giovani famiglie. È quanto è emerso da una ricerca condotta da Nielsen per Federvini su 9 mila famiglie, presentata all'assemblea della Federazione

italiana industriali produttori esportatori e importatori di vini, acquaviti, liquori, sciroppi, aceti e affini. Il vino, ha detto la ricercatrice Nielsen Tiziana Fumagalli, rimane il prodotto più diffuso, ma è in calo del 5% il consumo sul mercato interno. In flessione ancora più decisa il trend dei liquori (-30%), dei distillati (-17%), dei cocktail alcolici (-31%). Tengono invece i consumi di champagne, spumante e prosecco e gli aperitivi alcolici. L'idea dello sbalzo con gli alcolici "non ci appartiene. Sia-



mo il Paese del bere misurato - ha affermato il presidente di Federvini, Sandro Boscaini - di stile mediterraneo, in abbinamento a una cucina che resta leader nel mondo".

