

# VINITALY: COLDIRETTI/DIVULGA, PER 84% ITALIANI VINO FA BENE A SALUTE

*Pubblicato il 2 Aprile 2023 di redazione*



**Categoria:** [POLITICA](#), [SCUOLA](#), [SINDACATO](#), [ECONOMIA](#)



## CON ALLARMI IN ETICHETTA TAGLIO A CONSUMI PER 1 SU 3

Per l'84% degli italiani un consumo moderato di vino fa bene alla salute. E' quanto emerge dall'indagine Coldiretti e Centro studi Divulga presentata al Vinitaly, con in mostra per la prima volta la storia millenaria del vino, dall'Arca di Noè alla stazione spaziale, di fronte l'ingresso principale Cangrande di Casa Coldiretti. Quasi un italiano su tre (32%) ritiene che con scritte allarmistiche come quelle apposte sui pacchetti di sigarette si ridurrebbe il consumo di vino che è ritenuto da ben il 46% l'espressione della cultura nazionale e dei territori, secondo l'indagine Coldiretti/Centro Studi Divulga. Una risposta al via libera dell'Unione Europea alle etichette allarmistiche sul vino richiesto dall'Irlanda che potrà adottare sulle bottiglie avvertenze terroristiche, che non tengono conto delle quantità, come "il consumo di alcol provoca malattie del fegato" e "alcol e tumori mortali sono direttamente collegati". Il tutto nonostante - rileva Coldiretti - i pareri contrari di Italia, Francia e Spagna e altri sei Stati Ue, che considerano la misura una barriera al mercato interno.

"E' del tutto improprio assimilare l'eccessivo consumo di superalcolici tipico dei Paesi nordici al consumo moderato e consapevole di prodotti di qualità ed a più bassa gradazione come il vino che in Italia è diventato l'emblema di uno stile di vita "lento", attento all'equilibrio psico-fisico che aiuta a stare bene con se stessi, da contrapporre all'assunzione sregolata di alcol" afferma il presidente della Coldiretti Ettore Prandini nel sottolineare che le nuove politiche rischiano di colpire ingiustamente il prodotto simbolo del Made in Italy che è il più presente sulle tavole estere.

Circa la metà (42%) di chi non rinuncia al nettare di Bacco lo fa regolarmente, con punte del 49% se si considerano gli individui con un elevato livello di istruzione e del 46% degli ultrasessantacinquenni, secondo Coldiretti/Centro studi Divulga. La dimostrazione che nella cultura degli italiani il vino rientra a pieno titolo come componente della dieta mediterranea, che ha consentito al Belpaese di raggiungere cifre da record per quanto riguarda la longevità.

Non a caso alla domanda su cosa rappresenti il vino - rileva Coldiretti - la risposta prevalente è che si tratta dell'espressione della cultura nazionale e del territorio, mentre al secondo posto si piazza "una fonte di piacere" e al terzo un modo per stare insieme.

Il più gettonato resta il vino rosso, preferito dal 48% dei consumatori - continua Coldiretti - superando il bianco (31%) e gli spumanti (12%), mentre il rosé viene indicato da un 8% e il restante predilige altro. La compagnia privilegiata di consumo del vino è la famiglia, secondo oltre la metà (51%) degli intervistati, mentre un altro 29% lo beve assieme agli amici. C'è poi un 13% - spiega Coldiretti - che predilige il vino quando è assieme al partner. Solo un 6% lo beve da solo. Le mura

domestiche risultano dunque il luogo privilegiato di consumo, seguite da ristorante ed enoteche e bar.

Ma dove comprano il vino gli italiani? Secondo Coldiretti/Centro studi Divulga il luogo di acquisto principale è il supermercato (62%), mentre al secondo posto ci sono le cantine e i negozi aziendali con il 30%, seguite da enoteche, piccoli negozi di alimentari e discount, mentre il web calamita ancora solo un 5% degli ordini.

Al momento dell'acquisto la prima caratteristica che viene presa in considerazione è il territorio di produzione, saldamente davanti al prezzo e al marchio, ma c'è anche chi guarda alla gradazione alcolica e alla certificazione biologica, secondo Coldiretti/Centro studi Divulga. Non sorprende dunque che la metà esatta degli italiani (50%) – conclude Coldiretti - preferisca consumare vino della propria regione, rispetto a un 26% che lo sceglie di altre regioni italiane e a un 23% per il quale la provenienza è indifferente. Praticamente nessuno sceglie prodotti stranieri.

