vinetur

El consumo de vino en Italia cae a mínimos históricos y revela profundas diferencias sociales y generacionales

Las mujeres y los jóvenes prefieren el blanco y el espumoso, mientras la tradición del tinto resiste entre mayores y regiones clásicas

lunes 6 de abril de 2026



El consumo de vino en Italia muestra diferencias claras según el género, la edad, la región y el nivel de ingresos. Así lo indica un estudio realizado por MCO Report junto a Selvitys, basado en una encuesta a 1.000 personas representativas de la población italiana. Los resultados reflejan cambios en los hábitos de consumo y en la relación de los italianos con el vino.

En cuanto al género, el informe señala que el 26% de las mujeres no consume vino nunca, mientras que entre los hombres este porcentaje baja al 11%. Además, el 21% de los hombres afirma beber vino todos los días, casi el doble que las mujeres, que se sitúan en el 11%. En cuanto a la cantidad semanal, el 44% de los hombres consume tres o más copas a la semana frente al 30% de las mujeres. El estudio también indica que las mujeres suelen asociar el consumo de vino a reuniones sociales en casa (22%) más que a las comidas diarias (21%). Por su parte, para los hombres, la mesa sigue siendo el principal momento para beber vino (33%).

La edad es otro factor importante. Entre los jóvenes de 25 a 34 años, el vino blanco ya supera al tinto: un 40% prefiere blanco frente al 33% que opta por tinto. En cambio, entre los mayores de 65 años, el tinto domina con un 60%, mientras que solo un 25% prefiere blanco. En la franja de 18 a 24 años, el tinto mantiene un 39%, pero rosado y espumoso juntos alcanzan un 28%, muy por encima de la media nacional para espumosos. Estos datos muestran una tendencia entre los jóvenes a consumir vino en aperitivos y ocasiones sociales más que como acompañamiento habitual en las comidas.

Las diferencias regionales también son notables. La Toscana registra el mayor consumo diario: el 29% de sus habitantes bebe vino cada día, casi el doble de la media nacional del 16%. Además, en esta región predomina claramente el tinto (56%). En cambio, en Lazio es más común el consumo de blanco (45%) frente al tinto (40%), algo poco habitual en Italia. En Cerdeña también se observa una preferencia por el blanco (40%) sobre el tinto (36%), lo que rompe con la tendencia general del sur del país. El Veneto, conocido por su producción de Prosecco, muestra que solo un 11% prefiere espumoso y un 46% opta por tinto. Esto sugiere que gran parte del Prosecco producido se destina a exportación o celebraciones especiales más que al consumo diario local.

El nivel de ingresos influye tanto en la cantidad como en la forma de consumir vino. Entre quienes ganan más de 3.500 euros mensuales, un 23% consume seis o más copas semanales; este porcentaje baja del 10% entre quienes ingresan menos de 1.500 euros. Además, quienes tienen mayores ingresos tienden a consumir más vino fuera del hogar: en restaurantes (20%) y durante aperitivos (19%). Sin embargo, incluso entre quienes superan los 4.000 euros mensuales, el gasto por botella rara vez supera los diez euros; solo un 10% paga más de veinte euros por botella. Esto indica que elegir vinos económicos no depende solo del poder adquisitivo sino también de una preferencia cultural extendida.

Los datos sobre consumo general muestran una reducción importante en las últimas décadas. Según ISTAT, el consumo diario de alcohol ha bajado del 33,3% en 1999 al 19% en 2023. Además, ha aumentado la proporción de personas que consumen vino fuera de las comidas: del 23,8% al 33,4% en veinticinco años.

El estudio se realizó durante marzo de este año y utiliza información adicional del Informe Anual ISTAT publicado en 2025 y del XI Forum Wine Monitor celebrado por Nomisma en febrero de ese mismo año. Italia sigue siendo líder mundial en exportación de vino por volumen y segunda por valor económico con ventas internacionales que alcanzaron los 8.100 millones de euros durante 2024. Sin embargo, estos datos muestran cómo están cambiando las costumbres y preferencias dentro del propio país respecto al consumo y disfrute del vino.