vinetur

El consumo diario de alcohol cae en Italia mientras crecen los hábitos ocasionales y fuera de las comidas

El informe del Istat revela también una caída en la ingesta de fruta y leche y cambios en el desayuno infantil

jueves 9 de abril de 2026



El Instituto Nacional de Estadística de Italia (Istat) ha publicado un informe titulado “Treinta años de vida cotidiana: tendencias y transformaciones en la sociedad italiana”, en el que analiza los cambios sociales y de consumo en el país durante las últimas tres décadas. El estudio recoge datos sobre alimentación, bebidas alcohólicas y hábitos diarios, mostrando cómo han evolucionado las costumbres de los italianos.

En lo referente al consumo de alcohol, el informe señala que la proporción de personas mayores de 14 años que consumen alcohol al menos una vez al año se ha mantenido estable, pasando del 70,1% en 1998 al 68,7% en 2023. Sin embargo, se observa una reducción en el consumo diario, que ha bajado del 33,3% al 19%, mientras que el consumo ocasional ha aumentado del 37,3% al 49,8%. También ha crecido el consumo fuera de las comidas, pasando del 23,8% al 33,4%.

El vino sigue siendo la bebida alcohólica preferida por los italianos. En 2008 y en 2023, el porcentaje de consumidores se situó en el 56,9%. Entre 1998 y 2014 hubo un descenso hasta el 52%, pero posteriormente la cifra volvió a subir hasta alcanzar los niveles iniciales. Por otro lado, el consumo de cerveza ha aumentado hasta llegar al 52,7% de la población en 2023, lo que supone un incremento del 5,5% respecto a 1998. El consumo de bebidas espirituosas también ha crecido notablemente: del 39,4% en 1998 a casi el 50% en 2023.

El informe indica que estos cambios han estado influidos especialmente por las mujeres. En los últimos veinticinco años, el consumo femenino de bebidas espirituosas ha subido un 14,3%, frente al aumento del 6,1% entre los hombres. En cuanto a la cerveza, el crecimiento entre las mujeres es del 6,7%, superior al incremento del 4% registrado entre los hombres. A pesar de estos datos, el consumo total entre los hombres ha descendido del 83% al 79,5%, mientras que entre las mujeres se mantiene estable.

Los hábitos alimentarios también han cambiado. En 2023, el 72,9% de los italianos declaró comer habitualmente en casa durante los días laborables. En 1993 este porcentaje era del 84,5%. El almuerzo sigue siendo la comida principal para la mayoría (63,3%), aunque esta cifra era del 78,2% hace treinta años. La cena ha ganado importancia y ahora es considerada la comida principal por el 23,6%, frente al 17,3%

en 1993. Además, más personas consideran el desayuno como su comida principal: del 3,1% al 12,5%. Paralelamente aumenta la tendencia a saltarse el desayuno: del 7,2% en 1996 al 9,3% en 2023.

El consumo de leche en el desayuno ha disminuido considerablemente desde los años noventa. En general ha pasado del 57,2% al 44,3%, con una bajada más acusada entre los niños de entre tres y diez años (del 79,7% al 53,4%). Al mismo tiempo se diversifican las opciones para desayunar: más personas optan por galletas o bollería acompañadas o no por té o café (del 16,6% al 27,3%) y aumentan las alternativas como yogur o cereales (del 2,8% al 8,5%), especialmente entre los niños más pequeños.

En cuanto a la ingesta diaria de fruta y verdura —dos elementos clave de la dieta mediterránea— el informe muestra una tendencia a la baja. El porcentaje de personas que consume al menos una ración diaria ha pasado del 84,4% en 2003 al actual 78,5%. Este descenso es más acusado desde el año 2016. El consumo diario es más habitual entre mujeres y personas mayores: entre quienes superan los setenta y cuatro años alcanza el 90%. Sin embargo solo el 17,1% afirma consumir las cuatro o cinco raciones recomendadas cada día; la media nacional es de dos raciones y media diarias.

El informe concluye que los cambios sociales y laborales han influido directamente en los hábitos alimentarios y de consumo de bebidas alcohólicas en Italia durante las últimas décadas. Aunque persisten algunas costumbres tradicionales como la preferencia por el vino o la importancia del almuerzo familiar en casa durante la semana laboral para buena parte de la población adulta italiana.