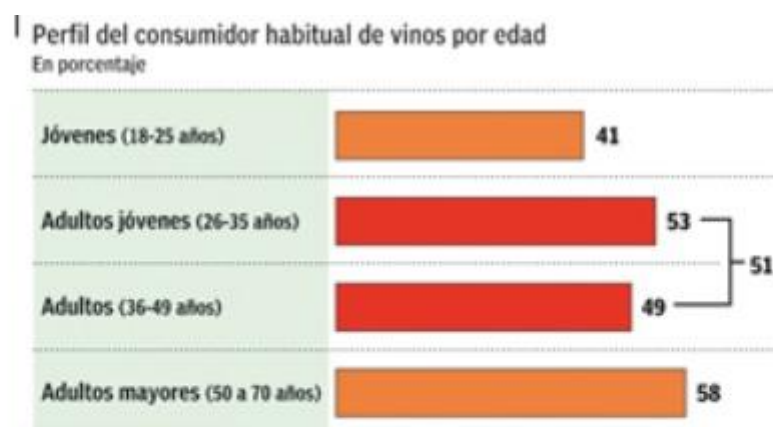


## Nuevos hábitos: los jóvenes ya consumen casi tanto vino como los adultos

Cuatro de cada 10 menores de 25 años tiene preferencia por la bebida alcohólica emblema de la Argentina. Mientras que entre los de 36 a 49 años llega al 49%

XIMENA CASAS



Nuevos hábitos: los jóvenes ya consumen casi tanto vino como los adultos

La idea de que los más jóvenes, menores de 25, no toman vino está más cerca del mito que de la realidad. Así lo muestra un relevamiento realizado por la consultora W y la Corporación Vitivinícola Argentina (Coviar) donde se muestra que es elegido por el 41% de los jóvenes de entre 18 y 25 años.

□ La industria deberá ampliar sus propuestas de consumo fuera del hogar, en los bares y en las discos. Los jóvenes son un segmento relevante □, explicó Guillermo Oliveto, especialista en consumo y director de W.

□ En Estados Unidos, que logró una revolución en el sector y hoy es el principal mercado del mundo, la generación más

buscada es la de los milenials, que representa el 9% del consumo y el 22% de las ventas. Es un mercado donde hay otra manera de consumir, más como un drink, no tan tintocéntrico□, señaló.

Con todo, en la Argentina, el porcentaje de adultos jóvenes (26 a 35 años) que elige vino asciende al 53%. Y para el segmento de 36 a 49 años llega al 49%. Igualmente, el mayor consumo se sigue concentrando en los mayores de 50 años, con un nivel que llega al 58 por ciento. □El mercado argentino de vino sufrió fuertes cambios en las últimas décadas, acompañando las transformaciones de la estructura y la lógica familiar. De los grandes almuerzos de los domingos a las familias más chicas□, sintetizó Oliveto.

A comienzos del año 2000, la caída del consumo per capita de vino venía en retroceso en los principales productores y consumidores históricos de esta bebida como Francia, España, Portugal e Italia. Y la Argentina no era la excepción. Sin embargo, fuertes campañas genéricas de grupos públicos y privados, lograron revertir esa tendencia. □El consumo per capita dejó de caer como lo venía haciendo hasta 2004, y se estabilizó en los 25 litros anuales, siendo de este modo la Argentina uno de los 10 principales mercados internos del mundo□, destacaron las autoridades de Coviar. También sostuvieron que □hoy lo consumen habitualmente uno de cada dos argentinos y lo compran uno de cada dos hogares al menos una vez por trimestre□.

Según el diagnóstico de la Consultora W □que incluyó 1750 casos de mayores de 18 años en todo el país□ el vino comparte la lógica del consumo de las bebidas sin alcohol y no tanto la de sus competidoras como la cervezas y el fernet. Como sucede con las bebidas dulces analcohólicas, el mayor consumo de vino □el 83%□ ocurre dentro del hogar. Y en el 81% de los casos junto con la comida. Ahí también se derriba otro mito porque si bien la cena ocupa un lugar de preferencia, se sigue tomando alcohol en los almuerzos (39% de los encuestados). Si se toma en cuenta el género, del 51% de los consumidores habituales de vino, el 61% son hombres y el 41% son mujeres. Y si se segmenta por clases sociales, se observa una penetración de consumo similar en todos los

niveles.

Finalmente, hay cosas que no cambian: el tinto sigue siendo el más elegido por el consumidor argentino y representa el 88% del total del consumo.

El 23% prefiere el blanco y sólo un 3% elige el rosado.

Además, si bien un 47% de los consumidores toma el vino solo, la tradición de diluirlo no desaparece. □ Esto muestra que hay una búsqueda de que tenga menos graduación y sea más refrescante □, señaló Oliveto. El 29% lo hace con el hielo; el 21% con soda; el 12% con gaseosa y el 4% con jugo

Fuente:

[http://m.cronista.com/Mobile/nota.html?URI=/contenidos/2016/08/04/noticia\\_0015.html](http://m.cronista.com/Mobile/nota.html?URI=/contenidos/2016/08/04/noticia_0015.html)