



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

di: Agnese Ceschi

I top 10 wine trends del 2018? All'insegna di due colori: il rosa e il verde

Ci svela questa classifica la nota rivista americana Wine Enthusiast e noi abbiamo scelto per voi i cinque punti più interessanti.



Molto può cambiare nel corso di un anno e sicuramente il mondo del vino può essere il testimone migliore di questa trasformazione. Quali sono dunque, per guardare all'ultimo anno appena trascorso, i trend e le mode che hanno influenzato e impattato sul mondo del vino? A stilare una classifica - a nostro avviso molto interessante e colma di suggestioni per i produttori italiani - è il magazine americano Wine Enthusiast. Per ragioni di semplificazione abbiamo selezionato tra i 10 trend individuati dal giornalista Adam Strum quelli a nostro avviso più calzanti e stimolanti di riflessioni per il mondo del vino italiano. I Womens power Ne avevamo già parlato anche in una recente intervista (qui), ma il ruolo delle donne nell'industria del vino sta crescendo sensibilmente negli ultimi anni. Le donne viste non solo come produttrici o coinvolte nel trade del vino, ma anche, e soprattutto, come



consumatrici al pari degli uomini. Le principali aziende di produzione di vino, spiriti e birra hanno favorito l'implementazione dell'uguaglianza di generi nell'ambiente di lavoro e hanno aumentato le ricerche sui consumi in rosa. Un'iniziativa davvero interessante che combina la visione al femminile con il vino è #NastyWomenWines che unisce un gruppo di produttrici di vino americane che rivendicano il diritto di diventare leader e tastemakers. 2 Il rosè non si ferma Non mostrando segnali di rallentamento del trend, la categoria dei vini rosati si sta espandendo a macchia d'olio. Gli ultimi dati Nielsen parlano di una crescita del 48% nell'ultimo anno per un totale di 466 milioni di dollari di giro d'affari. Questa categoria si presta anche ad una versione divertente e scherzosa: hanno infatti catturato l'attenzione dei consumatori nell'ultimo anno gli orsetti gommosi al gusto di vino rosè, i lecca lecca, o il frozè, frozen rosè, cioè granita di vino rosato. 3 Il vino diventa green Tecniche di conduzione dei vigneti e di produzione sempre più responsabili e attente all'ambiente e alla salute sono diventate sempre più un focus delle aziende vitivinicole nel 2018. Non solo diverse iniziative nel campo dei vini e degli spiriti si sono concentrate sulla riduzione dello spreco o sulla riduzione dell'uso della plastica nell'industria dell'ospitalità. Degli esempi interessanti proposti sono la South Africa Biodiversity and Wine Initiative (<https://www.sanbi.org/documents/biodiversity-and-wine-initiative-bwi/>) e The Oceanic Standard (<https://oceanic.global/oceanic-standard/>) per la riduzione della plastica nell'ospitalità. 4 Il vino è sempre più social Le piattaforme social come Instagram, Facebook e Twitter hanno fatto da padrone permettendo ai consumatori di condividere in tempo reale le loro passioni per il vino, i loro momenti di relax e degustazione nei wine bar o le cene più spettacolari con un buon bicchiere di vino. Lo stesso Wine Enthusiast racconta di come il proprio parterre di pubblico sia cresciuto fino a 10 milioni di wine lovers che seguono le piattaforme social della testata. 5 Sale degustazione sempre più immersive Versare semplicemente del vino in un bicchiere al di là di un bancone è diventata ormai una pratica sempre meno utilizzata dai maggiori produttori coinvolti in un progetto di ospitalità a tutto tondo. Sempre più aziende propongono esperienze di ospitalità e degustazione che fanno entrare i visitatori nel loro mondo, dunque più immersive. Come ad esempio arredo molto curato e volto a ricreare un'ambientazione accogliente e rilassante, o incontri con il produttore che si presta a rispondere a domande o curiosità, lezioni di cucina, mostre artistiche o tour di vigneti e tenute. Il risultato? I wine lover sembrano passare più tempo all'interno di queste location e ci tornano con piacere. Il mondo sta cambiando, il consumatore con esso, e vanno prese delle decisioni per adeguarsi ai tempi. In che direzione vuole andare il vino italiano?