

# Packaging alternativo, l'indagine: cosa vogliono i consumatori?

scritto da Emanuele Fiorio | 29 Gennaio 2024



Il settore vinicolo è da sempre caratterizzato dalle tradizionali bottiglie di vetro, ma è giunto il momento di considerare alternative più sostenibili. **Le bottiglie di vetro rappresentano la principale fonte di emissioni di carbonio dell'industria vinicola**, con oltre due terzi del totale attribuibili alla loro produzione e trasporto.

Le bottiglie di vetro tradizionali sono in cima alle preferenze dei consumatori, ma rappresentano una minaccia significativa all'ambiente, generando oltre **1,25 kg di anidride carbonica per ogni bottiglia prodotta**.

## Preferenze dei consumatori:

# ostacoli da superare

Sebbene sul mercato esistano opzioni di imballaggio a minor impatto ambientale, **i consumatori mostrano una forte preferenza per le bottiglie di vetro, considerate tradizionali e di alta qualità.** Tuttavia, una ricerca condotta dai ricercatori dell'Ehrenberg-Bass Institute for Marketing Science, della University of South Australia e della University of Adelaide's Business School **ha analizzato le scelte dei consumatori in relazione al packaging del vino** e come vengano influenzate da prezzo, notorietà del brand e comunicazione.

Il ricercatore Jakob Mesidis ha evidenziato che le analisi precedenti sul packaging del vino si sono concentrate principalmente sulle preferenze in relazione all'etichetta e alla chiusura (tappo di sughero o a vite), ma **poca attenzione è stata dedicata al formato dell'imballaggio.**

Inoltre la ricerca ha rivelato che **utilizzando alternative come il BIB e le "flat wine bottles"** (bottiglie piatte di plastica), può essere raggiunto il **51% in più di efficienza carbonica** rispetto alle tradizionali bottiglie di vetro.

## Educare e coinvolgere il consumatore

Nonostante l'efficacia ambientale dimostrata delle alternative alle bottiglie di vetro, la **scarsa familiarità e accettazione da parte dei consumatori costituiscono un ostacolo significativo.** Gli sforzi di marketing devono concentrarsi su messaggi chiari e strategie educative per **comunicare i benefici ecologici** di ciascun formato alternativo. La ricerca dimostra che, sebbene i consumatori considerino soddisfacenti le alternative all'imballaggio tradizionale, ciò non implica necessariamente una percezione di maggiore sostenibilità.

“Ci sono pregiudizi legati ai packaging alternativi per il vino, dato che sono considerati opzioni economiche e di bassa qualità rispetto alle bottiglie di vetro, che trasmettono ancora un senso di tradizione, qualità e lusso”, ha sottolineato Jakob Mesidis.

“Il vino in lattina ha visto un aumento di popolarità, ma rappresenta comunque una piccola fetta del mercato. Le “flat bottles” sono state introdotte in Australia solo di recente ma la loro popolarità sta crescendo all'estero”.

## Risultati del sondaggio: cosa ci dicono i dati?

In un [sondaggio condotto su 1200 australiani](#), l'Ehrenberg-Bass Institute ha rilevato che:

- il vino in BIB e le “flat bottles” sono i formati preferiti dopo le tradizionali bottiglie di vetro;
- le lattine non hanno lo stesso riscontro, in quanto vengono strettamente legate a occasioni specifiche, come il consumo all'aperto;
- la tipologia di packaging è l'elemento che determina maggiormente le scelte di acquisto dei consumatori di vino;
- il prezzo è al secondo posto;
- la notorietà del marchio e la sostenibilità hanno un impatto variabile a seconda dell'età e delle misure sostenibili dichiarate;
- i formati alternativi sono solitamente acquistati maggiormente dai giovani;
- i consumatori sono più propensi a scegliere un packaging alternativo quando il prezzo si situa nella fascia medio-bassa e se il brand è noto e prestigioso.

Da questi dati si evince che se l'obiettivo di una **cantina**

**piccola** e poco conosciuta è quello di far crescere il proprio marchio il più possibile, **fare affidamento esclusivamente su vini confezionati in formati alternativi non è la strada da percorrere**. La maggior parte dei consumatori, almeno per il momento, continuerà a optare per una bottiglia di vetro. Mentre per quanto riguarda **i brand più noti e prestigiosi è probabile che abbiano più successo** utilizzando packaging alternativi per le loro gamme entry level e standard.