Christy Canterbury, MW: continuiamo ad innovare e lasciamo che i consumatori si divertano con il vino

scritto da Agnese Ceschi | 23 Aprile 2024



Cosa sta accadendo nel mercato statunitense oggi? Da oltreoceano arrivano messaggi non sempre incoraggianti negli ultimi tempi: calo dei consumi, nuove generazioni che non dimostrano affezione per il vino, dinamiche di mercato non sempre chiare e in costante evoluzione…

Quello che rimane da fare è raccogliere la visione di chi vive nel mercato e può interpretare al meglio i segnali. Abbiamo chiesto l'opinione di un'esperta, **Christy Canterbury**, *writer*, critica, consulente, *wine buyer* per il mondo della ristorazione. Christy, la settima donna negli Stati Uniti a

guadagnare il titolo di **Master of Wine**, vive oggi tra il quartiere Dumbo di Brooklyn e i vigneti del mondo.

Qual è la tua visione personale sul business del vino oggi dopo il Covid-19 negli USA?

Il vino è in radicale evoluzione. Sta diventando più casual – lattine, miscele innovative- ma anche elitario e costoso. Il sistema della ristorazione non è in una fase favorevole. Nei ristoranti statunitensi stiamo assistendo ad un importante aumento dei costi e per questo, a meno che non si tratti di un'esperienza molto speciale o di qualcosa che non potrà mai cucinare allo stesso modo, l'americano non vede il motivo di spendere i soldi richiesti nella maggior parte dei ristoranti statunitensi. Oggi le persone bevono meno, ma meglio. Inoltre, per quanto riguarda i prezzi più alti, i consumatori più giovani non sono colpiti tanto quanto quelli più anziani dai prezzi. Non hanno termini di paragone con il passato, quindi pagano quello che serve.

Cosa pensi della diminuzione del consumo di vino? Soprattutto tra le giovani generazioni?

I tempi sono cambiati, anche solo rispetto a cinque o dieci anni fa. Le generazioni più giovani sono sicuramente più complicate: non è solo una questione salutistica, ma ci sono molte alternative agli alcolici, che forniscono un'evasione dalla vita quotidiana, come la cannabis. Prima cercavi solo di convincerli a bere il vino, rubandoli alla birra e ai cocktail, oggi è molto più complicato il sistema. Dall'altro lato, non bisogno essere ossessionati dalle nuove generazioni, ci sono ancora anche la generazione X e i Millennials, che secondo IWSR costituiscono circa il 30% dei bevitori abituali di vino negli Stati Uniti, ma rappresentano il 60% della spesa totale per il vino.

Cosa ne pensi dei vini a basso contenuto alcolico?

Penso che l'industria dovrebbe essere favorevole alla

categoria. La moderazione è una buona cosa e ci è voluto molto tempo per avere opzioni gradevoli. Molti produttori sono ancora in fase di elaborazione, ma è bello avere qualcosa che assomigli al vino senza o con poco alcol. Questo è un trend che continuerà e i governi di tutto il mondo stanno allineando le linee guida per favorire un consumo moderato.

Pensi che le possibili cause del calo dei consumi siano i prezzi elevati o una comunicazione inadeguata da parte dei brand?

I prezzi elevati sono sicuramente un problema, soprattutto per il vino pregiato. Alcune regioni sono peggiori di altre: la Borgogna è fuori controllo e il Piemonte rischia di seguire queste orme. A questo si aggiunge il problema della comunicazione, che è un argomento importante. Molti brand comunicano molte informazioni che ai consumatori non interessano: lieviti, tecniche produttive, esposizione… La maggior parte dei consumatori non è interessata a questo: desidera uno stile di vita, il piacere del consumo del vino. Dovremmo chiederci: in che modo il vino rende la loro vita più ricca, più interessante?

Quali sono le possibili soluzioni per dare impulso al business del vino?

Io penso che serva adattarsi allo stile di vita più casual di oggi, dalle etichette ai post Instagram. Nel campo dell'ospitalità bisogna prevedere più opzioni, per andare incontro ai gusti di tutti. Nella ristorazione offrire troppi vini di basso valore qualitativo a prezzi elevati è un vero disservizio per il consumatore, anche se consente grandi margini per i ristoratori.

Qual è il tuo consiglio finale per i produttori di vino?

In sintesi, penso che l'industria del vino sia sempre stata incredibilmente in ansia, nonostante abbia molti vantaggi e

sia molto amata dai consumatori in generale. Il mio consiglio è di continuare a lavorare su vino di alta qualità e ad essere aperti a nuovi modi di consumare il vino. Continuiamo ad innovare e lasciamo che i consumatori si divertano con il vino.