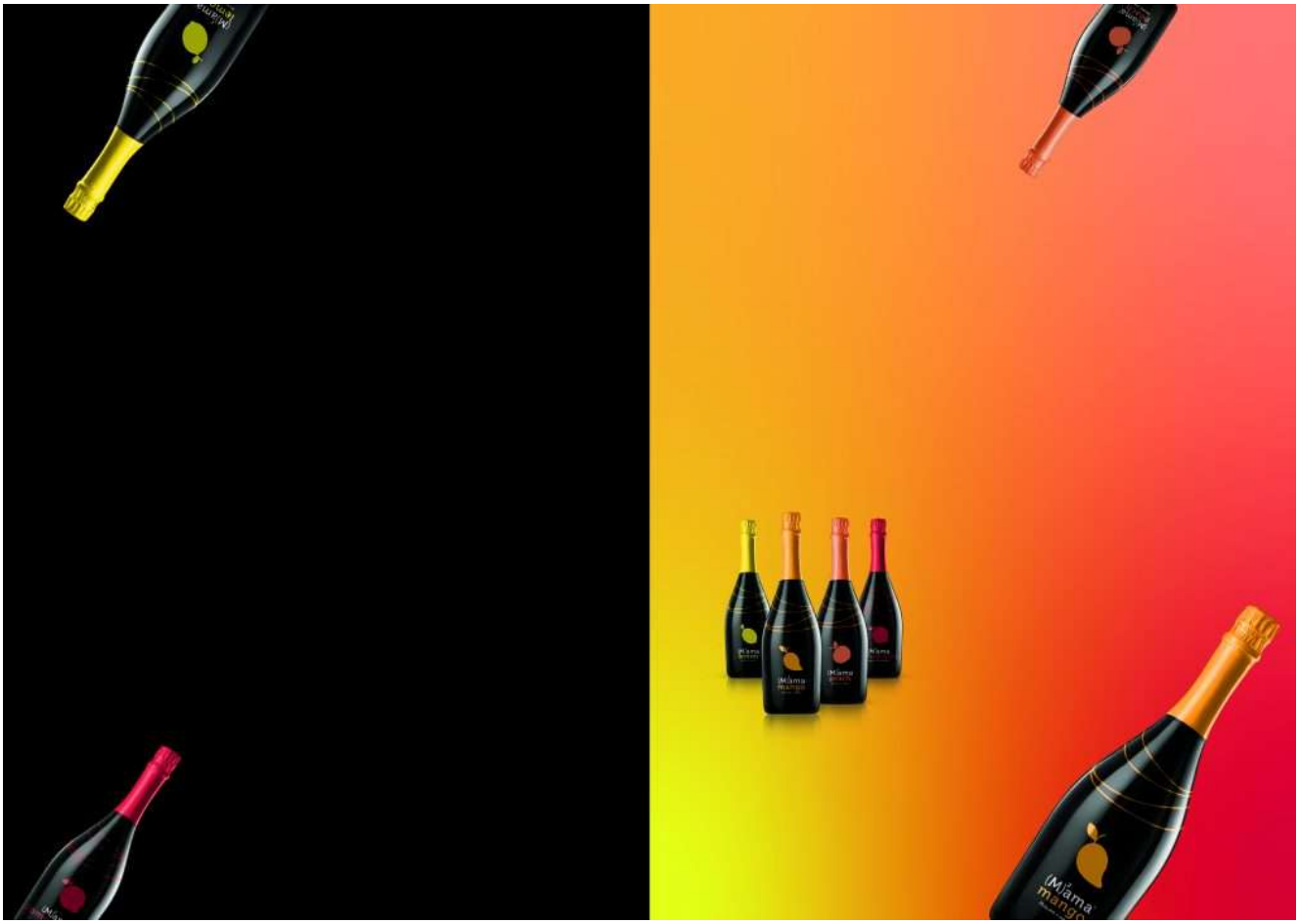
Arione, linea Mama: pensare “out of the box” per intercettare le nuove tendenze

scritto da Emanuele Fiorio | 5 Luglio 2023



Per comprendere ed approfondire scelte, obiettivi e prospettive di Arione, abbiamo voluto concentrarci sulla innovativa linea di wine cocktail Mama capace di strizzare l’occhio sia ad un pubblico giovane under-30 aperto alle novità, sia ad un target più evoluto alla ricerca di prodotti di alto profilo. Ne abbiamo parlato con **Elisa Budri, Export Department Specialist di Arione.**

Pur essendo una tradizionale azienda familiare dal 1870

ben radicata nel territorio delle Langhe e del Monferrato, Arione ha avuto il coraggio di proporre sul mercato prodotti innovativi come la collezione Mama. Da quali esigenze è nata l'idea e quali sono le sue peculiarità principali?

L'esigenza è nata dal fatto che i mercati evolvono in continuazione, in base alle caratteristiche sociali, demografiche e storiche dei vari paesi e abbiamo la necessità di **pensare un po' out of the box per intercettare le nuove tendenze**, sfruttando allo stesso tempo le nostre esperienze in vigna e in cantina. Quindi partendo dalla storia e dalla tradizione abbiamo cercato l'innovazione, combinando il Moscato che è un vitigno e un vino che lavoriamo da tempo immemore con polpe e succhi di frutta che rappresentano trends di diverso tipo.

Qual è il target di pubblico a cui si rivolge la linea Mama?

Si rivolge in realtà a chiunque apprezzi **cocktails fruttati a base di vino, con un basso grado alcol e un fantastico rapporto qualità-prezzo.** Quindi può essere un target più giovane intorno ai 30 anni, che è più aperto a provare le novità del mercato, fino ad un target di età più "avanzato" che apprezza e ricerca prodotti di alta qualità.

In base a quali criteri sono stati selezionati e abbinati gli ingredienti per creare la linea di wine cocktail Mama?

In base alle caratteristiche organolettiche e al match migliore con il vino Moscato, laddove **i frutti scelti non esaltano le note dolci, ma al contrario sfruttano l'aromaticità tipica del Moscato per creare un prodotto sorprendente** dal punto di vista della freschezza. Inoltre abbiamo guardato ai trends dei mercati principali per intercettare i gusti dei consumatori anche per quel che riguarda le preferenze relative ai frutti.

Qual è il processo di produzione dei wine cocktail Mama di Arione?

Un blend “segreto” e perfetto tra Moscato di alta qualità e polpe (per il mango e pesca) e succhi (per melograno e limone).

Come viene garantita la qualità e la freschezza degli ingredienti e delle materie prime utilizzate nella collezione Mama, soprattutto per quanto riguarda il Mama Mango?

Con costanti controlli di tutta la filiera produttiva, dalla selezione dei migliori fornitori certificati di frutta lungo tutta la preparazione ed imbottigliamento del prodotto.

Quali sono le occasioni ideali per gustare i wine cocktail Mama di Arione e quali sono le raccomandazioni per proporli al meglio?

In realtà le occasioni sono molteplici, come cocktails da soli o in accompagnamento ai classici finger foods anche salati, fino alla mixology in abbinamento con superalcolici.

Quali sono i mercati più aperti alle novità come la collezione Mama? E su quali vorreste inserirvi in futuro?

Sicuramente i mercati d’Oltreoceano sia ad occidente che oriente che sono quelli più ricettivi, però vediamo un interesse crescente anche in Europa su cui stiamo concentrando sempre maggiori sforzi.

In USA il vino in lattina sta conquistando quote di mercato, lo dimostra il fatto che recentemente la E. & J. Gallo Winery ha acquisito Bev e il suo portafoglio di vini in lattina e spritz premium. In Italia la situazione è molto diversa, molti produttori temono che l’utilizzo delle lattine per i loro prodotti possa

essere recepito dai consumatori in maniera negativa, uno svilimento del prodotto. Qual è la tua opinione in merito e quali saranno gli sviluppi del mercato?

La lattina non va vista secondo me come un'alternativa di bassa qualità per il vino, ma con un **complemento dell'offerta** di contenitori in cui ovviamente proporre alcuni prodotti e non necessariamente qualunque vino (aldilà di ciò che ammette oggi la legge in materia). Il fatto è che la **lattina è un contenitore che può avvicinare anche consumatori un po' restii al vino che lo guardano quasi con timore, come i giovani.** I vini di alcune tipologie possono essere accostati ad altre bibite vendute in questo formato **ampliando anche la conoscenza** che i consumatori di diverse fasce hanno dei prodotti vinicoli, specialmente spingendo su prodotti a basso grado alcol e con campagne di informazione su un consumo responsabile dei prodotti alcolici.

Ci sono piani futuri per espandere la linea di wine cocktail Mama con nuovi gusti o variazioni?

Sì, stiamo avviando la **produzione di altri gusti** che verranno lanciati presto in alcuni mercati.

(M)2ama
mango
Moscato + mango

(M)2ama
peach
Moscato + peach

(M)2ama®
lemon
Moscato + lemon

(M)2ama®
pomegranate
Moscato + pomegranate