

Fine wines: l'evoluzione della categoria dei vini pregiati

scritto da Agnese Ceschi | 22 Febbraio 2024



“Il modo in cui produciamo, distribuiamo, vendiamo e comuniciamo i fine wines sta cambiando”. Parola di [**Pauline Vicard**](#), co-fondatrice e direttore esecutivo di ARENI Global, tra le massime esperte in questo settore. La complessità della situazione deriva da diversi fattori che confluiscano sui vini pregiati (produzione, distribuzione e approccio al consumatore), anche se pare che questa categoria continui a beneficiare di un dato: **la premiumization e la tendenza al consumo più moderato ma di valore**. “Proprio come il cambiamento climatico sta sconvolgendo l’intera catena del valore del vino pregiato, profonde trasformazioni nella distribuzione stanno alterando il modo in cui le parti interessate del nostro settore interagiscono con i consumatori, e i cambiamenti normativi e sociali stanno mettendo in discussione l’industria vinicola” aggiunge Vicard.

Cos'è ARENI Global e in che modo dà un contributo al mondo dei fine wines?

ARENI Global riunisce le principali parti interessate, dai produttori ai rivenditori, dai distributori ai sommelier, e produce ricerche, analisi e approfondimenti per portare avanti il nostro settore a livello globale. Insieme ai contributori e ai membri, Areni Global sostiene il mondo dei Fine Wines che si evolve in modo sostenibile attraverso il cambiamento. Fornire un luogo in cui le idee possano essere sviluppate liberamente e in modo indipendente è la nostra prima mission. Ad essa aggiungiamo aumentare la consapevolezza su questioni importanti, fornire soluzioni alternative, informare ed educare, incoraggiare il dibattito pubblico.

Quali sono i principali cambiamenti nell'era post Covid?

È cambiato tutto e niente allo stesso tempo. Andrei per punti principali:

– **Produzione:** il Covid non ha cambiato molto nel lungo periodo; quello che sta incidendo in modo significativo è il cambiamento climatico. In un mondo come quello dei fine wines, dove il lavoro è fatto principalmente manualmente, i produttori devono capire come accedere alle risorse, quando queste mancano. Il discriminante lo farà la collocazione geografica, in alcuni casi, come per l'accesso all'acqua.

Inoltre, c'è un altro aspetto importante: il tipo di agricoltura che abbiamo avuto negli ultimi 50 anni non può continuare. Fortunatamente la tecnologia è intervenuta e molte aziende stanno portando avanti ricerche tecniche sulla pianta stessa, partendo dal vigneto. Si è reso necessario un passaggio da un approccio sistematico, ad un approccio sistematico: laddove ogni situazione – vigneto, territorio, azienda – è diversa dalle altre e richiede la ricerca di un equilibrio dedicato.

– **Distribuzione:** il Covid ha forzato i produttori a realizzare

che se vuoi essere al top, devi investire nella distribuzione tanto quanto nella produzione. Prima ci si fidava dei distributori, ora è necessario essere molto attenti e presenti: fare visita, incontrare i consumatori, essere molto più coinvolti nell'aspetto commerciale. Insomma, mettere attenzione su ogni singolo aspetto.

– **Consumatore:** è la vera sfida del prossimo futuro. I produttori stanno investendo tempo ed energie per cercare il consumatore giusto, profilandolo e costruendo una relazione duratura. Non è questione di vestirsi elegantemente, ma di attrarre l'attenzione nel modo giusto. Questo è un passaggio importante, che molte aziende tradizionali devono imparare a fare.

Qual è l'approccio ai fine wines delle giovani generazioni?

Dai nostri studi, ovunque nei mercati analizzati le giovani generazioni, i consumatori sotto i 40 anni, sono ancora una parte molto importante. Ovviamente siamo di fronte al trend che vede un consumo più moderato, ma una spesa più importante. E questo non può che favorire i fine wines.

A proposito di fine wines, questa categoria si presta meglio al concetto di “vino da collezione”...

Certamente. Io vedo una grande disparità però tra i vini francesi e quelli italiani ad oggi. In Francia hanno iniziato già da tempo a costruire delle *library*, che hanno la funzione di mostrare il proprio lavoro nel tempo ai consumatori. Ogni *chateau* ne ha una. In Italia i produttori stanno iniziando ora, perché hanno capito l'importanza di questo strumento per dimostrare il proprio lavoro nel tempo. Ho sentito molti viticoltori dire che hanno trovato ispirazione degustando i vini del passato, in particolare per mantenere l'eleganza e l'equilibrio di fronte ai cambiamenti climatici. Quindi costruire una biblioteca è anche un fine per l'azienda vinicola: significa costruire una memoria delle annate che

sarà in grado di ispirare le future generazioni di viticoltori.