I formati di vino “zero sbatti” che i consumatori pagano volentieri

scritto da Veronica Zin | 17 Giugno 2025



I formati di vino come mini bottiglie, lattine e confezioni pratiche, conquistano i consumatori che cercano comodità e libertà di consumo. Questi prodotti, pur costando di più a volume, offrono un’esperienza facile, ergonomica e sostenibile, permettendo di bere un calice senza aprire una bottiglia intera.

In un recente articolo pubblicato da Richard Siddle sul London Wine Fair e intitolato “*What the wine industry can learn from chopped up pineapples*” – *Cosa può imparare l’industria del vino dagli ananas tagliati a pezzetti* – l’autore e direttore di The Buyer riflette sulla disponibilità dei consumatori a pagare di più per una quantità anche di molto inferiore di un

prodotto, se questo arriva in un formato più comodo e facile.

Siddle si chiede come anche il mondo del vino possa intercettare questa propensione, immaginando **soluzioni capaci di rendere il vino semplice e comodo da consumare**, proprio come un ananas già tagliato a cubetti.

“Le persone spendono facilmente £2,75 per un quinto di ananas che è già stato tagliato a cubetti, piuttosto di spendere £1,25 per un ananas intero” – scrive Siddle – “Perché è comodo e facile da mangiare. Non è semplicemente un ananas tagliato. Si tratta di dare alle persone che hanno poco tempo uno snack facile, una soluzione, anche se a livello finanziario non ha molto senso”.

Un esempio di questo fenomeno applicato al mondo del vino e descritto nell’articolo è il brand Kylie Minogue che ha introdotto il Kylie Mini, una versione da 20cl del suo Prosecco DOC, acquistabile a £6.20 rispetto ai £12 per una bottiglia da 75cl. Pertanto, in proporzione, la Kylie Mini, a parità di prodotto ma in quantità inferiore (poco più di ¼ rispetto alla bottiglia da 75 cl), costa il doppio rispetto al formato standard.
Però è un formato facile, comodo da trasportare e utile quando magari si ha voglia di bere un bicchiere di vino ma non si vuole aprire una intera bottiglia.

Per capire meglio questa dinamica abbiamo cercato altri esempi significativi di formati che potremmo chiamare “zero sbatti” e li riportiamo qui:

Nomadica

Brand americano fondato da Kristin Olszewski che vende vini in scatola ed in lattina, che – come si legge dal sito – sono tutti selezionati da sommelier esperti, sono di alta qualità, senza zuccheri e, se si acquista il formato in box o in lattina, si riduce l’impronta di carbonio dell’84%.

Quindi, **Nomadica propone vini di alta qualità, in formati comodi e facilmente trasportabili e, per giunta, pure sostenibili**: un *win-win* generale.

Anche Nomadica fa pagare la comodità del formato: un cartone di rosé – che corrisponde a 4 bottiglie – **costa 50 dollari circa**, mentre un pacco da 4 lattine da 250 ml ciascuna (quindi 2 litri, perciò più o meno 1.3 bottiglie – nel sito indicano il corrispettivo in bottiglie standard) costa 28 dollari circa. Dunque, **si paga più della metà per avere poco più di un quarto di prodotto**.
A riprova che i consumatori sono disposti a pagare per la comodità, nel sito i formati in lattina sono indicati non solo come "*Top Seller*" ma alcuni sono addirittura "*Almost Sold Out*".

Usual Wine

Questa azienda californiana propone solo ed esclusivamente vini senza additivi o zuccheri aggiunti, prodotti da agricoltura sostenibile, con le migliori uve della California e venduti in m**ini-bottiglie da 187 ml che corrispondono ad un abbondante un calice standard**.

I prodotti Usual Wine vengono venduti in pacchi da 12 mini-bottiglie al prezzo di 149 dollari, perciò circa 12,5 dollari a calice.

Ramona

Con punti vendita fisici distribuiti lungo tutto gli Stati Uniti, questo *brand* propone bevande biologiche italiane, in lattina, da potersi godere ovunque, in qualsiasi momento.

Ramona vende principalmente miscelati e versioni rivisitate dello spritz. L'Amarino Spritz, per esempio, si vende in **confezioni da 4 lattine da 250 ml per 28 dollari (7 dollari a lattina)**.

Copa di Vino

Come Usual Wine, anche questa azienda con sede nell'Oregon propone **calici monodose di vino premium da 187 ml ad un prezzo di circa 4 dollari ciascuno**.

Garçon Wines

L'azienda britannica propone bottiglie piatte in PET riciclato che, grazie allo spessore ridotto risulta un formato particolarmente facile da trasportare. Dal sito si legge che **le bottiglie possono facilmente entrare dentro alla buca delle lettere**.

Si possono acquistare **pacchi da 12 bottiglie piatte firmate Garçon Wines per £65.5**.

Dagli esempi riportati emerge chiaramente che, a parità di prodotto, i consumatori sono disposti a pagare un prezzo più alto per formati facili da trasportare, ergonomici e pronti da bere ovunque e in qualsiasi momento. Chi sceglie questi vini non compra solo una lattina o una mini-bottiglia da gustare allo stadio o in spiaggia, ma soprattutto la libertà di poterlo fare senza complicazioni. Proprio come chi acquista l'ananas già tagliato a cubetti: paga di più, ma evita lo "sbatti" di doverselo preparare.

Punti chiave

- **Formati comodi premiano:** i consumatori pagano di più per vini facili da trasportare e consumare ovunque.
- **Mini bottiglie e lattine:** soluzioni "zero sbatti" ideali per chi vuole bere senza sprechi o complicazioni.
- **Sostenibilità integrata:** alcune aziende abbinano formati pratici a un minor impatto ambientale.

- **Libertà e praticità:** il valore aggiunto è la possibilità di godersi il vino senza vincoli o preparazioni.
- **Trend confermato:** il mercato premia packaging innovativi anche a fronte di prezzi più alti.