

Il vino deve fare i conti con la ricerca di benessere e di diversificazione

scritto da Fabio Piccoli | 27 Agosto 2021



E' sempre stato difficile comprendere il cosiddetto *sentiment* dei consumatori nei confronti del vino. E lo è ancor di più oggi che siamo alle prese con una pandemia che comunque continua a far sentire il suo peso e ci rende il futuro alquanto nebuloso da immaginare.

In questi casi, non rimane altro che monitorare ciò che avviene nel presente per osservare se vi sono segnali interessanti e utili per comprendere eventuali nuovi modelli di consumo per il vino. Indubbiamente **il mercato americano rimane quello che dà le indicazioni più utili in quanto non solo è il più grande al mondo (con i suoi oltre 33 milioni di hl consumati) ma anche il più dinamico in termini di evoluzione degli stili di consumo delle bevande alcoliche.**

Come sempre molte preziose le indicazioni che ci riporta mensilmente [Wine Analytics Report](#) che, nel numero di agosto, prende in esame i *sentiment* che negli Usa stanno guidando la

diversificazione delle bevande alcoliche.

L'aspetto che ho ritenuto più interessante è quello riguardante la cosiddetta **categoria "salute e benessere"**, quella che gli americani definiscono "better for you" (meglio per te). Una categoria che coinvolge anche il settore delle bevande alcoliche perché **sono in crescita i consumatori che ricercano vini, spirits e birre più "salutari"**. E quando si parla di salute sul fronte delle bevande alcoliche, vino in primis, **si intendono gradazioni più basse e meno calorie**. Sono molti gli esempi di vini sul mercato Usa che stanno seguendo questo trend, come ad esempio il **Sauvage**, uno sparkling dosage zero che **Gruet** produce con il 45% di calorie in meno rispetto ad uno spumante tradizionale (viene venduto ad un prezzo di 20 dollari sul sito dell'azienda). E sono vini che iniziano ad interessare anche la critica enologica, anche quella più autorevole, come, ad esempio **James Suckling** che a Sauvage ha riconosciuto un ottimo rating di 91 punti.

Ma **grande successo negli Usa sta riscontrando anche Waterbrook Clean**, la linea di vini analcolici della Waterbrook che sono disponibili sia nella tipologia Cabernet Sauvignon che Chardonnay (ad un prezzo assolutamente cheap – considerando il mercato Usa – di soli 14 dollari).

Ma la lista sarebbe lunga su questo fronte: citiamo ancora **Klean**, un brand nato proprio per produrre e commercializzare vini a basso contenuto alcolico e calorico. Tra questi, un **Pinot Grigio prodotto nella Central Valley in Cile** con un contenuto in alcol del 9%; per un bicchiere di questo vino (circa 150 ml), l'azienda dichiara 85 calorie, 3 grammi di carboidrati, 1 g/litro di zuccheri residui, 0 proteine e 0 grassi.

Ma l'altro aspetto che è stato fortemente condizionato dalla pandemia riguarda le occasioni di consumo di bevande alcoliche. Indubbiamente **l'essere stati bloccati a casa per molto tempo ha indotto molte persone a rimodulare il loro approccio anche al consumo di vino**.

Se da un lato, infatti, abbiamo assistito, ormai da alcuni anni, ad una sempre maggiore diversificazione nei consumi di bevande alcoliche con una costante riduzione di coloro che consumano solo vino, solo birra o solo spirits, allo stesso tempo **le occasioni di consumo appaiono oggi diverse rispetto al passato.**

In questa direzione si inserisce un'interessante ricerca di [Wine Market Council](#) (WMC) che **ha indagato anche sulle ragioni che spingono i consumatori Usa ad un minor consumo di bevande alcoliche.** Al primo posto (con il 43% degli intervistati) troviamo proprio le minori occasioni sociali od opportunità di bere vino o altre bevande alcoliche. Un dato, se vogliamo, scontato se si considera la fase pandemica, ma che dimostra ancora una volta **l'importanza della socializzazione nel consumo a partire proprio dal vino.** Per questa ragione **non ci si deve illudere, a mio parere, che il consumo in casa possa sostituire in toto il calo dei consumi fuori casa, in compagnia, con parenti e amici.** Un altro 36% ha dichiarato di non avere il piacere di consumare bevande alcoliche come nel passato (probabilmente per le medesime ragioni viste precedentemente).

Ma tutte le altre ragioni dichiarate dagli intervistati hanno a che fare con il tema benessere. Troviamo infatti "non si concilia con la mia dieta attuale" (26%); "mi fa sentire male fisicamente" (20%); "non fa parte del mio lifestyle salutare" (18%); "me lo impediscono le mie condizioni mediche" (17%); "ho figli piccoli e il consumo di alcol non si concilia" (14%); "ho letto o sentito che bere meno alcol è più salutare" (11%). **Solo all'ultimo posto delle ragioni addotte riguarda il tema del non interesse "famigliare", in generale, al consumo di alcol.**

Mi sembra che ci siano parecchi stimoli alla riflessione. La prima che **non si può assolutamente sottovalutare il tema vino e salute** ma che questa volta vada affrontato andando oltre il superato concetto del cosiddetto paradosso francese. Serve

pragmatismo, concretezza e non affidarsi a suggestioni superficiali. Fare crociate contro i vini dealcolati o su chi punta a mettere il numero di calorie in etichetta è, a mio parere, sbagliato e assolutamente controproducente.

E' chiaro che è un fronte che va ben studiato e la ricerca deve aumentare, ma è indubbio che **la spinta verso vini più "salutari", con grado alcolico più ridotto, è in atto e non si arresterà. Sicuramente non diventerà mai una tendenza dominante** perché le società attuali e del prossimo futuro saranno, ascoltando il parere di sociologi autorevoli, sempre fluide, diversificate, dove moltissime tendenze conviveranno insieme. Ma il vino non deve trascurarne nessuna.