

# Come possiamo rendere il vino più cool e accessibile?

scritto da Agnese Ceschi | 4 Giugno 2024



Adam Teeter è co-fondatore e CEO di [VinePair](#), la testata dedicata a vino, birra e liquori tra le più lette d'America. Intervistarla è sempre un piacere perché rivela tutto quello che manca oggi al mondo del vino: un approccio giovane e fresco. Complice il suo essere americano, che vive in un Paese dove l'approccio alla bevanda di Bacco è tutt'altro che tradizionale e sempre uguale, Teeter racconta come, secondo il suo osservatorio, i brand potrebbero mettersi alla prova con nuovi modi di comunicare, specialmente alle nuove generazioni. Tra questi sicuramente trova spazio il podcast.

**Adam, Lei ha fondato Vinepair anni fa. Come è cambiato questo progetto nel tempo?**

Il nostro focus è sempre rimasto lo stesso: parlare di bevande

alcoliche – spirits, vino, birra, cocktail, seltzer – al pubblico americano. I numeri e l'affluenza del pubblico di lettori sono sicuramente cambiati: 45 milioni di persone oggi ci leggono ogni mese. Parliamo della cultura e del lifestyle del vino in modo accessibile, coinvolgente e ispirazionale. Per questo motivo abbiamo un pubblico mediamente molto giovane, Millennials e Generazione Z.

## **Il pay-off del vostro progetto è “Drinking is culture”: ci può spiegare cosa significa?**

Noi raccontiamo storie che siano focalizzate sul piano culturale. Le persone entrano in connessione tramite il vino, fanno esperienze. Il vino porta le persone a viaggiare, a scoprire i luoghi del vino, il cibo e tutto quello che ruota attorno ad esso. Bere vino è compiere un processo culturale. Per questo è fondamentale che i brand imparino a raccontare meglio la loro storia, perché questo fornisce al pubblico una lente di ingrandimento su un luogo, una cultura, una tradizione.

## **Cosa sbagliano le cantine nel raccontare la loro storia?**

Sicuramente si focalizzano troppo su quanti punti hanno ottenuto nei premi, sugli aspetti tecnici, le caratteristiche del suolo o l'età delle botti che utilizzano... Ai consumatori questo non importa. È sempre la stessa vecchia storia.

## **Cosa interessa maggiormente ai consumatori?**

Ciò che li interessa di più è sapere che questo vino, ad esempio, è quello che le persone bevono in estate sulle coste del Mediterraneo in Italia. O quell'altro vino è il preferito dai giovani consumatori che vivono la movida di Milano. L'approccio del consumatore è molto più orientato al concetto di esperienza.

## **Possiamo dunque parlare di approccio più orientato a riprodurre uno stile di vita...**

È assolutamente interesse verso il *lifestyle*. Ad esempio, quando pensiamo al successo del rosé, ci viene automaticamente in mente la Francia. Il rosé infatti viene spesso associato al sud della Francia, alle belle spiagge, all'atmosfera rilassante e conviviale. Allo stesso modo nel mondo degli spirits possiamo parlare del boom della tequila, che rappresenta un pubblico giovane, in salute, che ama divertirsi.

## **Cosa pensa del calo dei consumi tra le nuove generazioni?**

Penso che le generazioni più giovani abbiano l'opportunità di scegliere tra molte opzioni e che siano curiose e pronte a sperimentarle tutte. Possono uscire la sera ed andare al bar e cominciare con un cocktail a base di super-alcolici, per poi passare al vino. Oppure durante il giorno farsi un aperitivo con uno spritz. A loro non interessano i voti ricevuti, ma lo stile di vita a cui scelgono di aderire. Vogliono proposte divertenti, coinvolgenti e diverse.

## **Il mondo del vino ha una qualche responsabilità?**

Il vino ha un approccio vecchio e noioso, parla sempre alle stesse persone e continua a scegliere di farsi pubblicare dagli stessi media di sempre. Penso alle testate Wine Enthusiast, Wine Spectator e Decanter, ad esempio, che sono lette dai genitori dei Millennials e dei Gen Z. E nessuno vuol fare quello che fanno i genitori...

## **Tra le forme di comunicazione odierne, il podcast sta riscontrando un grande successo. Vinepair ha scelto di lanciare un podcast che parla di mondo delle bevande...**

Sono chiacchierate che io faccio settimanalmente assieme

all'executive editor Joanna Sciarrino e al sommelier e wine educator Zach Geballe. Parliamo degli ultimi trend e notizie del mondo del vino, della birra e degli spirits. Generalmente ci poniamo una domanda da cui partiamo, tra le recenti: chi è responsabile di rendere il vino più accessibile? Perché ci interessiamo così tanto della sostenibilità nel mondo del vino e non in quello degli spirits? Queste sono solo alcuni dei quesiti che ci poniamo e cerchiamo di aprire un dibattito in merito.