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. Intervistarlo 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.