

# Santagati: meglio non concentrarsi solo sull'alta gamma, il vino deve essere per tutti

scritto da Veronica Zin | 19 Giugno 2023



Loredana Santagati è la proprietaria di [Mister Coffee](#), enoteca situata a Misterbianco, un piccolo comune in provincia di Catania, che offre una selezione di vini, liquori, distillati, caffè, dolci e attrezzature per pasticcerie.

Come in molti casi, il modo migliore per affrontare una competizione è divertendosi: “Ho deciso di partecipare al concorso per gioco, – racconta Santagati – ho visto l’inserzione online e mi sono iscritta. Vincere è stata una bella sorpresa perché la sfida era di alto livello. I miei colleghi erano molto preparati e il risultato della gara non era per niente scontato. La vittoria sarà sicuramente un trampolino di lancio verso nuovi obiettivi e nuovi progetti. Infatti, **ho voluto partecipare al concorso principalmente per**

**una questione di visibilità:** non essendo in centro a Catania avevo il desiderio di farmi conoscere e la vittoria mi sta aiutando. Sono già arrivati nuovi contatti e spero che questa tendenza continui”.

Con l’aumento della cultura del vino e dei wine lover, le enoteche sono il luogo principale per acquistare bottiglie di vino particolari e diverse da quelle che si trovano normalmente tra gli scaffali della grande distribuzione. Certo è che le tendenze e le preferenze sono molte e diversificate e, molto spesso, accontentare tutti non è facile.

**Per esempio, la tendenza a preferire vini sostenibili, esplosa ormai da qualche anno, ha messo a dura prova i portfolio** di tutte quelle enoteche che, fino a quel punto, non avevano nessuna etichetta biologica, biodinamica o naturale.

Anche Santagati ha dovuto apportare qualche modifica. “Nel Sud-Italia le nuove tendenze arrivano dopo rispetto alle metropoli, poiché tendiamo ad essere tradizionalisti, a maggior ragione perché siamo una regione vitivinicola importantissima. Nel nostro territorio ci sono delle aziende che producono vini sostenibili e/o naturali, ma non è detto che questi rappresentino la preferenza maggiore.

Indubbiamente c’è un’attenzione in primis da parte degli operatori ai fattori di sostenibilità – aspetto che abbiamo deciso di comunicare –, ma anche i clienti, di fronte a due prodotti con la stessa qualità e con lo stesso impatto a livello gustativo, preferiscono il vino sostenibile. Inoltre, **molti giovani si stanno avvicinando al mondo del vino – che è sempre stato un settore per gli over 40 – grazie al tema della sostenibilità”.**

A proposito di fasce di età, alcuni report della SVB e di Wine International hanno riscontrato un calo nella quota di consumo delle giovani generazioni, analisi che Santagati condivide solo in parte.

“Non riusciamo a consolidare il segmento tra i 20-25 anni di età, però **la fascia tra i 30-40 sta registrando un buon aumento**. Infatti, dopo il Covid abbiamo riscontrato un incremento dei giovani che si sono avvicinati al mondo del vino, grazie anche ad aziende del territorio come Donnafugata che ha creato una sorta di “Donnafugata lover” che partecipano a qualsiasi evento o degustazione organizzata dall’azienda, dimostrando **l’importanza che l’organizzazione di eventi ha sia per attrarre le nuove generazioni, sia in termini enoturistici**”.

Sicuramente, non c’è nulla che attragga nuovi consumatori più di vini innovativi a prezzi convenienti. “Nel portfolio abbiamo sia marchi storici per gli appassionati della tradizione, che etichette innovative riservate ai più curiosi.

Tuttavia, nonostante il Covid abbia visto un aumento della capacità di spesa dovuto alla riduzione delle occasioni di consumo (ho riscontrato un incremento nelle vendite dello Champagne), **la fascia premium è il segmento che trova meno riscontro a Mister Coffee**.

Infatti, considerando che la maggior parte dei clienti si rivolge all’enoteca per il consumo quotidiano **i vini maggiormente venduti sono quelli di fascia inferiore ai 10 euro e quello tra i 10-15 euro**. Ma il vino deve essere per tutti e se ci si concentra solo sull’alta fascia, si rischia di perdere tutti quei clienti che non si possono permettere i prodotti di questo segmento. Per questo noi enotecari siamo anche dei consiglieri del gusto”.