

# USA, ascesa bag-in-box: da scelta accessibile a opzione premium

scritto da Emanuele Fiorio | 22 Dicembre 2024



Grazie a innovazioni tecnologiche, design accattivanti e un'attenzione alla sostenibilità, il bag-in-box conquista consumatori e produttori negli Stati Uniti. Dalla praticità alla qualità, il formato sfida i pregiudizi tradizionali, trainando una crescita senza precedenti e apre nuove opportunità per il mercato del vino.

Negli ultimi anni, il vino in bag-in-box ha rivoluzionato il mercato, passando da opzione di nicchia a scelta ambita anche per i produttori di fine wine. Grazie alla crescente richiesta dei consumatori e a miglioramenti tecnologici nella confezione, i pregiudizi che associano questo formato a vini di bassa qualità sembrano essere diminuiti.

Secondo Max Franks, direttore di Sonoma Bespoke Beverages in California, il **numero di produttori interessati al bag-in-box è più che raddoppiato rispetto all'anno scorso**. Questa tendenza coinvolge non solo i grandi produttori, ma anche realtà più piccole, attratte dalla possibilità di offrire vini di alta qualità in un formato pratico e conveniente. **Aziende come Tablas Creek e Bedrock stanno testando questa opzione**, mentre nuovi attori come Juliet e Really Good Boxed Wine si dedicano esclusivamente a questa categoria.

**Il bag-in-box non è solo sinonimo di praticità ma anche di risparmio economico per produttori e consumatori.** Amy Troutmiller, co-fondatrice di Really Good Boxed Wine, ha spiegato: "Risparmiamo quasi il 50% sui costi di confezionamento, il che ci permette di offrire vantaggi come la spedizione gratuita." Allo stesso tempo, questo formato **riduce significativamente l'impatto ambientale** rispetto al vetro, come confermano diverse analisi di settore.

Anche i **consumatori stanno apprezzando l'accessibilità del bag-in-box**. Secondo Jason Haas di Tablas Creek, la prima produzione del loro vino in questo formato è stata venduta in sole quattro ore. "Abbiamo ricevuto così tante richieste che quest'anno abbiamo raddoppiato i volumi," ha affermato Haas.

**Il bag-in-box rappresenta un'opportunità anche per esplorare nuove tendenze, come l'orange wine.** Andrew Jones di Field Recordings, ad esempio, ha ampliato la sua linea Boxie includendo un bianco vivace, poco alcolico, rinfrescante e un rosso leggero, dopo il successo della sua etichetta Skins, un blend di bianchi macerati sulle bucce. "La tecnologia è migliorata molto negli ultimi 10 anni, garantendo una maggiore durata e qualità del prodotto," ha sottolineato Jones.

**Il packaging gioca un ruolo cruciale nel posizionamento del bag-in-box.** "Il grande vantaggio del BiB è che offrono una tela più ampia per raccontare la storia del prodotto," ha spiegato Franks. Un esempio è Juliet, che ha rivoluzionato il

design con una confezione cilindrica dotata di un inserto refrigerante, perfetta per il consumo outdoor. "Vogliamo distanziarci dallo stigma negativo associato al bag-in-box" ha affermato Allison Luvera, co-fondatrice di Juliet.

**In Francia, il bag-in-box rappresenta il 44% delle vendite totali di vino, secondo FranceAgriMer, mentre negli Stati Uniti questo formato ha registrato una crescita del 30% tra il 2018 e il 2023.** Tuttavia, il potenziale di crescita è ancora significativo, soprattutto per i vini premium.

Really Good Boxed Wine, ad esempio, ha registrato un tasso di riacquisto del 40%, con clienti che spaziano dai consumatori giovani agli esperti di vino tra i 50 e i 70 anni. **"Offriamo vini di qualità equivalente a bottiglie da 30-50 dollari, ma a metà del prezzo,"** ha aggiunto Troutmiller.

Nonostante il successo crescente, il settore affronta sfide logistiche e di posizionamento: **nei punti vendita, il bag-in-box rischia di essere relegato in posizioni poco visibili.**

Il bag-in-box sta dimostrando che qualità e praticità possono convivere, rivoluzionando le percezioni tradizionali del mercato. Con una domanda in crescita e innovazioni nel design e nella tecnologia, **il futuro di questo formato appare promettente**, sia per i consumatori che per i produttori.

---

## **Punti chiave:**

- 1. Crescita del mercato e superamento dei pregiudizi:** Il bag-in-box è passato da opzione economica a scelta premium, trainato da innovazioni tecnologiche e crescenti richieste dei consumatori per soluzioni pratiche e sostenibili.
- 2. Convenienza e sostenibilità come driver principali:** Il

formato riduce significativamente i costi di produzione e l'impatto ambientale rispetto al vetro, offrendo vantaggi sia ai produttori che ai consumatori.

3. **Successo dei produttori e nuovi player:** Aziende come Tablas Creek e Really Good Boxed Wine stanno ottenendo risultati eccezionali, dimostrando che anche i vini di alta qualità possono trovare spazio nel segmento bag-in-box.
4. **Innovazioni nel design e nel packaging:** Nuove soluzioni di design, come quelle di Juliet, contribuiscono a migliorare la percezione del formato, rendendolo più attraente per i consumatori e più competitivo sul mercato.
5. **Sfide e opportunità future:** Sebbene il bag-in-box stia crescendo rapidamente, rimangono sfide legate al posizionamento nei punti vendita e alla visibilità, soprattutto per i prodotti premium.