

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 aprendo 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 associavano 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.