

Vino in lattina: chi sta mostrando interesse per questo packaging?

scritto da Isabella Lanaro | 10 Agosto 2023



Se in passato l'idea del **vino in lattina** avrebbe fatto storcere il naso a chiunque, oggi questo concetto non sembra più tanto distante dalla quotidianità dei consumatori, soprattutto in quella delle giovani generazioni sempre più attente a sostenibilità e praticità. Nel 2021, il mercato del **"canned wine"** ha raggiunto un valore di **235,7 milioni di dollari** e si prevede un tasso di **crescita annuale del 13.2%**. Un business sempre più rilevante dunque, soprattutto negli **USA** e **Regno Unito**, attualmente Paesi dove il prodotto ha preso maggiore piede.

Ed è proprio nel Regno Unito che è nata **Vinca**, giovane realtà nel mondo dei vini in lattina che oggi offre una gamma di

selezioni siciliane all'interno del packaging innovativo. **The Buyer** ha intervistato **Jack Green**, co-fondatore dell'azienda, per raccontare i retroscena di un business emergente come quello degli imballaggi alternativi.

Jack Green sostiene che il fascino del vino in lattina risiede nella convenienza, sostenibilità e moderazione. Ciò che piace è la possibilità di poter gustare un bicchiere di vino senza dover aprire una bottiglia, ma quello che fino ad oggi era mancato nelle lattine è la qualità del prodotto al loro interno. Vinca ha intuito che gli altri marchi si stavano concentrando sulla praticità delle lattine piuttosto che sul vino, l'azienda ha quindi deciso portare il prodotto in lattina ad un livello superiore.

Chi beve vino in lattina?

Ai suoi inizi, l'azienda britannica era certa che il **mercato di riferimento** del vino in lattina sarebbe stata la fascia **d'età tra i 20 e 35 anni**. In due anni Vinca si è però dovuta ricredere: l'età media del cliente è di 46 anni, a dimostrazione che a voler godere dei benefici del vino in lattina è una fascia demografica più ampia.

Il **mercato** che più ha accettato il formato in lattina è sicuramente quello degli **Stati Uniti**, dove comprare una confezione di quattro lattine a 10 dollari è ormai la norma. Ma anche i paesi del nord Europa, in particolare la **Svezia**, stanno manifestando interesse, probabilmente grazie alla maggiore attenzione verso la sostenibilità, ma anche grazie ad una maggiore propensione nei confronti degli imballaggi alternativi.

Il mondo dei viaggi si rivela un

business chiave

Vinca sta assistendo ad un'enorme crescita nel settore dei viaggi e attualmente è in contatto con compagnie aeree, linee ferroviarie e hotel. La **Virgin Atlantic** sta lanciando il vino in lattina a bordo e **British Airways** ha introdotto il *Vinca Pale Rosè* su tutti i voli di corto raggio. Il settore in questione sta infatti tentando di eliminare tutte le bottiglie in plastica PET dai suoi menu a favore della lattina riciclabile.

Jack Green e i suoi colleghi inizialmente hanno puntato sulle **lattine da 250 ml**, che al tempo sembravano essere la scelta più ovvia. Ma con le dovute analisi di mercato si sono accorti che il mondo dei viaggi e degli eventi stava cercando di sostituire le bottiglie da 187 ml con le lattine. L'azienda si è quindi adattata al nuovo formato che è risultato poi essere più pratico: 250 ml corrispondono ad un terzo di una bottiglia, un quantitativo troppo importante per il consumatore medio.

Perché Vinca ha scelto il vino siciliano?

L'azienda ha scelto per le sue lattine vini provenienti dalla **costa occidentale della Sicilia**. Tutto è iniziato quando il co-fondatore in giovane età visitò la regione italiana scoprendone la lungimiranza con l'agricoltura biologica e sostenibile, in linea con i valori aziendali. La necessità dell'azienda era inoltre quella di lavorare con vini a basso contenuto di solfiti in modo che non interferiscano con il rivestimento della lattina.

Ma dietro il motivo della scelta dei vini siciliani c'è anche altro: **la Sicilia si è rivelata per l'azienda un ottimo territorio dove acquistare vini biologici di qualità ad un**

prezzo moderato, permettendo così all'azienda di portare sugli scaffali lattine con prezzi inferiori a 5f.