Cosa amano i consumatori di vini pregiati?

scritto da Agnese Ceschi | 25 Novembre 2021



Cosa vogliono i consumatori di Fine Wine? ARENI, in collaborazione con Wine Intelligence, ha intervistato gli amanti di *fine wines* di quattro Paesi al mondo (**Stati Uniti, Regno Unito, Cina e Hong Kong**) per scoprire quali sono i loro gusti nella scelta dei loro vini preferiti. Dove acquistano i vini di alta fascia questi *winelovers*? Il primo luogo dove trovare i loro vini preferiti sono sicuramente i commercianti dedicati a questa categoria in tutti e quattro i Paesi dell'indagine, inoltre tutti i consumatori dimostrano di sapere apprezzare anche vini di altre categorie, non solo quelli di alta fascia.

Quando si tratta invece di acquistare il vino in altri luoghi di rivendita, i **consumatori dei quattro Paesi fanno scelte differenti**: mentre i britannici e gli americani sono felici di

curiosare nella normale vendita al dettaglio di vini, e nel caso degli inglesi, sono addirittura disposti ad avventurarsi nei supermercati, gli asiatici preferiscono attenersi a enoteche dedicate o duty free. Infine i consumatori cinesi, in particolare, sono interessati anche all'acquisto diretto dai produttori. Un dato però è certo: quando si tratta di vini di fascia alta, i commercianti di vini pregiati giocano un ruolo significativo, principalmente perché possiedono una profonda conoscenza dei gusti dei loro clienti che su di loro fanno affidamento per ricercare i prodotti migliori.

La ricerca di ARENI ha scoperto che la **maggioranza dei consumatori intervistati**, indipendentemente dal Paese di origine, **trascorre del tempo su Internet**, cercando non solo note di degustazione, ma anche informazioni sui prezzi. Infatti, secondo la **ricerca note di degustazione, recensioni della critica** e confronti dei prezzi sono importanti per i consumatori di tutti e quattro i mercati. I cinesi inoltre usano Internet per saperne di più su brand, produttori, regioni e Paesi d'origine dei prodotti, infine i consumatori cinesi più giovani sotto i 35 anni prediligono usare le app per acquistare.

Nonostante la loro propensione a navigare su Internet alla ricerca di recensioni su brand e prezzi, i consumatori di vini pregiati bramano anche un rapporto reale con l'azienda vinicola. Una significativa percentuale – 54% degli acquirenti britannici, 51% di quelli statunitensi, 42% di quelli di Hong Kong e il 52% di quelli cinesi – sono interessati a **fare una visita nella loro azienda preferita**, mentre tra il 31% e il 49% degli acquirenti di vino desidera partecipare a eventi e festival. Questo ci dice che c'è spazio per una reale interazione con i possibili clienti per le aziende di vino che vogliano dare spazio all'ospitalità.

I consumatori internazionali di vini pregiati sono un gruppo eterogeneo. Cosa hanno tutti in comune? Sicuramente che **prendono sul serio il buon vino**. Quasi tutti i consumatori

intervistati hanno espresso la convinzione che il buon vino sia una bevanda da bere consumato in occasioni speciali o per costruire relazioni d’affari. È un prodotto che trattano con grande rispetto, amano discuterne con parenti o amici, vogliono costruire un rapporto con le cantine e vogliono sentirsi parte del mondo del vino. E, naturalmente, a tutti piace acquistare vino con un eccellente rapporto qualità-prezzo.