I Millennials guidano la categoria degli sparkling

scritto da Agnese Ceschi | 2 Marzo 2022



Un bicchiere di bollicine abbraccia un ampio spettro di situazioni, dal quotidiano all'ultralusso. Ma il suo ruolo tradizionale rimane la celebrazione di un momento di gioia e convivialità, magari in relazione ad un momento importante della vita. Non sorprende quindi che l'inizio della pandemia di Covid abbia provocato sconvolgimenti nella categoria degli spumanti: i dati IWSR parlano di volumi globali in calo di quasi il 5% nel 2020. La categoria ha iniziato a vedere una certa ripresa nella seconda metà del 2020 e nel 2021, quando i consumatori hanno recuperato parte della loro gioia di vivere e hanno scoperto di aver accumulato denaro non speso nei molti mesi di lockdown. Il 2021 è stato un anno memorabile specialmente per il Prosecco.

In tutto questo sconvolgimento stanno avvenendo degli

affascinanti mutamenti nel comportamento dei consumatori di spumante. In particolare, il nuovo rapporto sugli spumanti di Wine Intelligence mostra alcuni modelli coerenti che emergono nei principali mercati di consumo di Stati Uniti, Canada, Regno Unito e Australia. Come per molte tendenze dell'era Covid, sembra esserci un'accelerazione dei modelli che erano già presenti. E come è tipico di queste tendenze, riguardano due grandi ambiti: chi beve e come beve.

Iniziamo con la domanda su chi beve e chi non beve spumante. Secondo l'ultima ricerca di Wine Intelligence, il modello comune a tutti e quattro i mercati di lingua inglese nel 2021 è un cambiamento visibile e profondo nelle tipologie di consumatori. Dal 2016 i consumatori di età superiore ai 55 anni escono dalla categoria degli spumanti o, se rimangono, riducono la frequenza del consumo di spumante. Questa tendenza è stata accelerata, in alcuni mercati come il Regno Unito, che hanno visto una netta riduzione del numero totale di bevitori di spumante. Le ragioni di ciò sembrerebbero essere in gran parte legate al Covid. Molti consumatori più anziani si sono rivelati più riluttanti a socializzare, dal momento che ristoranti, feste e grandi eventi si sono di gran lunga ridotti. L'opportunità di bere spumante in quegli ambienti tradizionali è dunque svanita.

La crescita della categoria spumanti negli ultimi anni è attribuibile principalmente alla fascia anagrafica dei Millennials e Generazione Z, con una preponderanza di acquisto da parte di consumatori di sesso maschile. Questo gruppo più giovane, tipicamente urbano, ha riabbracciato l'on-trade più velocemente dei genitori o nonni e ha maggiori probabilità di accumulare denaro grazie alla mancanza di viaggi e vita sociale, oltre a lavorare da casa. È più probabile che questi consumatori cerchino una qualità maggiore e cerchino nuove esperienze di sparkling.

Il paradosso all'interno di questo cambiamento nella popolazione dei bevitori di spumante è che nell'adiacente

categoria dei vini fermi, la tendenza sta andando sostanzialmente nella direzione opposta. Nel Regno Unito, in Australia e negli Stati Uniti, la popolazione che beve vino fermo sta diventando sempre più dominata dai consumatori più anziani, mentre i consumatori più giovani sono meno attratti. L'unica eccezione a ciò è il Canada, che rimane nella morsa di una tendenza separata, decennale, che vede i giovani sempre più legati al vino, soprattutto attraverso la produzione nazionale e concetti come sostenibilità e biologico.

Per questi bevitori di spumante nuovi, giovani e sempre più di sesso maschile, il rapporto con la categoria sembra cambiare. Lo spumante una volta era per le occasioni speciali, ora può esserlo per la fine di una lunga giornata. I bevitori di spumante erano i loro genitori, ora è più probabile che siano i loro coetanei. Lo spumante era una bevanda occasionale in un ampio portafoglio che includeva liquori, birra e vino fermo; ora è una scelta più frequente in alcuni mercati e l'evidenza suggerisce che una maggiore frequenza di consumo di spumante riduce la frequenza e l'incidenza di altri tipi di bevande.

Come con ogni generazione più giovane, e, forse, soddisfacendo lo stereotipo del Millennial, stanno contrastando la visione "conservatrice" dello spumante detenuta dalle loro controparti più anziane. Mentre quelli sopra i 55 anni credono fermamente che ci sia un tempo e un luogo per lo spumante, vale a dire durante le occasioni speciali, quelli nella fascia di età 25-39 non vedono problemi a bere un bicchiere alla fine di un giorno feriale o a aprire la bottiglia durante un pasto informale a casa.

La tendenza a breve termine per gli spumanti indica un quadro complesso: una continua polarizzazione tra un gruppo ristretto di consumatori, giovane e maschile, che opta per le bollicine almeno su base mensile, e uno più anziano, più femminile che sta riducendo il consumo del vino spumante o addirittura lasciando la categoria.