# Il vino in lattina? Ã arrivato il suo momento

scritto da Agnese Ceschi | 12 Giugno 2019



Un messaggio in “lattina” arriva da Oltreoceano e di certo non possiamo non ascoltarlo. Metafora insolita a parte, secondo un recente articolo di Wine Spectator, che attinge dai dati Nilsen, è arrivato il momento del vino in lattina negli Stati Uniti.

Secondo i dati ufficiali di Nielsen infatti, lo scorso anno le vendite di vino in lattina, una forma alternativa di packaging in rapida crescita, avrebbero segnato una **crescita del 69%**, arrivando ad un indotto di oltre **69 milioni di dollari negli Stati Uniti** (nel 2012 i dati avevano rilevato un giro d’affari di appena 2 milioni).

E la notizia non è supportata solo dai numeri ma anche dal fatto che i più grandi player di vino californiani stanno entrando nel gioco, tra cui E. & J. Gallo, Treasury Wine

Estates e Foley Family Wines.

L'argomento è stato anche una delle tematiche del recente Porto Cervo Wine & Food Festival, durante la tavola rotonda "Le Nuove Tendenze: Analisi e Proposte", con protagonisti Mike Veseth, the Wine Economist, e Sandro Sartor, MD Constellation Brands Europe, Middle East, Africa & Ruffino. Questo cosa ci significa? Che sicuramente i **produttori italiani**, che in questo momento sono ben lontani dell'idea di utilizzare queste forme alternative di packaging **dovranno fare i conti nel prossimo futuro con questa tendenza**. Magari non "cedendo" al fascino della latta, ma certamente considerando la possibile concorrenza che questo "nuovo modo di bere vino" può scatenare.

In quest'ottica di maggiore informazione, andiamo un po' più a fondo della questione.
Nonostante la crescita delle vendite, la categoria in **lattina rappresenta solo una quota dello 0,4% del mercato** complessivo del vino, secondo Nielsen.
La popolarità del vino in lattina ha tipicamente picchi in primavera e in estate, in un momento dell'anno in cui i consumatori di vino vivono l'outdoor, anche se questa tendenza sta iniziando a cambiare, perchè, sempre secondo Wine Spectator, anche se esiste una stagionalità in questa categoria di vino, la **domanda durante tutto l'arco dell'anno sta cominciando ad essere più costante**.

La generazione dei **Millennials** è senza dubbio uno dei **driver maggiori** che influenzano la crescita di questo segmento. Cosa influenza le abitudini di consumo di questa categoria? Sicuramente il fatto che le lattine siano un packaging più leggero, trasportabile e facile da conservare, rendendo dunque questo stile di consumo più "park, beach and festival friendly" della bottiglia.
Infine, i Millennials sono una generazione cresciuta con la predisposizione al consumo di vino fuori casa a differenza delle generazioni precedenti.

Quale sarà dunque il futuro di questa categoria di vino? Non sappiamo se questa tendenza influenzerà le abitudini di consumo in tutto il mondo o farà cambiare ai produttori le loro strategie produttive. Sicuramente è una dinamica che non possiamo non considerare e dovremmo forse iniziare a studiare. L’alert è stato attivato.