

Trends del vino: 7 tendenze prioritarie e durature

scritto da Emanuele Fiorio | 1 Febbraio 2023



Individuare le tendenze di lungo periodo nel mondo del vino non è una operazione semplice, spesso rappresentano un terreno effimero, passeggero e scivoloso. Lo si è potuto constatare durante il periodo pandemico quando si sono diffuse **alcune innovazioni che sono tornate nel dimenticatoio una volta superata la crisi sanitaria**. Un esempio emblematico? le degustazioni online.

Felicity Carter sulle pagine di Wine Business International ha tentato di individuare **7 tendenze da monitorare che possono avere implicazioni a lungo termine per il settore del vino**.

1 – Il declino dei social media

Le cantine ed i produttori che si sono affidato ai social media e agli influencer dovranno ripensare la propria strategia di marketing, dato che i social media non sono più la forza trainante di una volta, si sta verificando un **calo**

dell'utilizzo di Twitter, Facebook e Instagram. Le ragioni sono molteplici, non ultima l'ascesa di TikTok.

I social media sono in fase discendente, ciò implica che sarà più difficile e più costoso ottenere lo stesso livello di coinvolgimento dei consumatori. TikTok non aiuterà, perché i contenuti legati agli alcolici subiscono forti restrizioni sulla piattaforma.

2 – Il turismo del vino è destinato a crescere

Dopo la pandemia, nonostante le numerose difficoltà, le cancellazioni dei voli, le lunghe attese negli aeroporti, i viaggi sono esplosi.

Inoltre la Cina ha riaperto ai viaggi, molte famiglie cinesi hanno risparmiato durante il periodo della pandemia e sono ansiose di viaggiare: le prenotazioni per il recente Capodanno lunare (Festa di Primavera) sono aumentate del 540%, mentre la spesa media è balzata a +32%.

Non tutti i turisti si dirigeranno verso le regioni vinicole, ma il Financial Times riporta che **una delle motivazioni principali per i turisti cinesi riguarda l'enogastronomia, ciò rappresenta una potenziale buona notizia per il vino.**

A questo proposito, come ho evidenziato in un recente articolo, [Dubai ha recentemente eliminato la tassa del 30% sugli alcolici](#), proprio per incentivare il turismo: un'altra buona notizia per il settore.

3 – I giovani si stanno avvicinando al vino pregiato

Liv-ex e Sotheby's riferiscono che, tra le molteplici [tendenze che riguardano il mercato dei fine wines](#), sta emergendo un gruppo di giovani sempre più attivo ed interessato.

Jamie Ritchie, presidente mondiale di Sotheby's Wines & Spirits ha dichiarato recentemente: **“Circa il 40% dei nostri nuovi acquirenti ha meno di 40 anni.** Provengono da ogni area,

Asia, America, Europa".

Le nuove applicazioni e altri strumenti digitali hanno aperto nuove opportunità per il mercato secondario, secondo Justin Gibbs, Vice Presidente e Direttore della Borsa di Liv-ex: "Per accedere al mercato, non è necessario avere un rapporto con un commerciante: questo apre le porte a persone giovani e tecnologiche".

Secondo il Financial Times **la spesa delle generazioni Z e Y è destinata a crescere tre volte più velocemente rispetto alle altre generazioni, almeno fino al 2030**. Le aziende di fine wines che decideranno di rivolgersi a queste generazioni, avranno importanti opportunità di business.

4 – Le carte vini si ridurranno

È risaputo che la pandemia è stata brutale per il settore Horeca, molti ristoranti hanno dovuto vendere le loro collezioni di vini per sopravvivere. I vini pregiati e rari sono aumentati notevolmente di valore, il che significa che per **la maggior parte dei ristoranti sarà quasi impossibile rimpiazzare le scorte**. È probabile che le carte dei vini si riducano ed **ogni bottiglia o bicchiere dovrà guadagnarsi il suo posto d'onore nelle liste, sgomitando**.

Ma non è solo l'alta ristorazione a soffrire, i ristoranti di tutto il mondo lottano per il personale e devono fare i conti con i prezzi gonfiati delle materie prime.

L'alta ristorazione ci sarà sempre, ma i tempi in cui molti ristoranti potevano permettersi di acquistare e conservare grandi quantità di vino sono probabilmente finiti.

5 – I sommelier stanno diventando sempre più importanti

Negli ultimi dieci anni si è assistito a una rapida e diffusa professionalizzazione del servizio legato alla proposta di vini nei ristoranti, **negli Stati Uniti i sommelier godono di considerazione e alcuni persino di uno status di celebrità**.

Questo non è ancora avvenuto altrove nella stessa misura, ma il momento dei sommelier sta arrivando.

6 – La Place de Bordeaux sta crescendo d'importanza

Bordeaux non è più la potenza vinicola di un tempo, ma i vini Bordolesi stanno crescendo sia per influenza che per importanza.

La Place – una rete di circa 300 negocianti, o distributori, che controlla più o meno le vendite franco cantina dei vini di tutte le migliori tenute – ha un accesso impareggiabile a importanti canali di vendita in tutto il mondo, anche in mercati piccoli ma preziosi, difficili da gestire per i produttori.

Un numero sempre maggiore di brand di vino provenienti da altre regioni del mondo sta bussando alla porta di questi negocianti, nella speranza di ottenere l'accesso a questa prestigiosa rete di distribuzione – e di pubblicare un comunicato stampa nel momento stesso in cui lo fanno.

Paradossalmente **sono i produttori del Nuovo Mondo** che stanno trasformando La Place in un centro di potere. Più attenzione prestano a La Place, più ne consolidano la reputazione. Tuttavia, a differenza dei Bordolesi, decidono spesso quali mercati rifornire attraverso La Place e quali continuare a gestire in proprio.

Ma tutti questi elementi chiave dipendono da **una tendenza che rappresenta una sfida prioritaria per il futuro del settore**:

7 – Il neo-proibizionismo

Negli ultimi due o tre anni, negli Stati Uniti è nata una nuova nicchia: i cosiddetti vini “better for you”, venduti e pubblicizzati come vini “più sani”. Alcuni affermano di contenere meno zuccheri, altri di essere privi di pesticidi e additivi. Finora non si tratta di una tendenza che ha preso piede altrove. Ma si è affermata una tendenza correlata: la

sobrietà.

L'Europa non è al sicuro, ad esempio la Francia ha registrato un boom delle bevande analcoliche. Le **persone più propense a rinunciare all'alcol sono quelle tra i 20 e i 30 anni**, nonostante il curioso caso dei giovani acquirenti di vino pregiato di cui sopra.

Come ho descritto nell'articolo relativo all'ultimo report ["State of the US Wine Industry 2023"](#) di Silicon Valley Report, **i Boomers stanno reggendo il mercato Usa ma i giovani under 40 non sono attratti dalla categoria.**

Lo sappiamo tutti, il proibizionismo è stato un enorme fallimento perché è stato imposto politicamente. Quello che sta accadendo ora è differente, le persone lo adottano in maniera spontanea.

Non si tratta di una tendenza che scomparirà ignorandola, anzi **il settore del vino la deve prendere molto sul serio.**