

Vino in lattina: soluzione sostenibile ma oggetto di controversie

scritto da Alice Moschetta | 28 Maggio 2023



In Italia, l'uso delle lattine nel settore vinicolo è ancora poco diffuso, ma a livello globale ha già ottenuto un successo significativo. 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%** tale da raggiungere i 571,8 milioni di dollari entro il 2028.

Il vino in lattina sta silenziosamente passando da prodotto di nicchia a segmento rilevante del mercato vinicolo, specialmente nei paesi anglosassoni: **USA e Regno Unito sono attualmente i leader di questo mercato.**

Le soluzioni di packaging alternative come le lattine presentano **diversi vantaggi:**

- sono altamente riciclabili,

- si raffreddano prima,
- proteggono meglio il vino dalla luce,
- sono inerti (non scambiano sostanze con il vino),
- sono leggere e compatte (consentendo un risparmio consistente nello stoccaggio e nei trasporti),
- sono resistenti,
- hanno una superficie ampia che consente di riportare comodamente tutte le informazioni necessarie in etichetta.

Le sue **caratteristiche di sostenibilità** soddisfano molti requisiti per le cantine che vogliono **ottimizzare il packaging e la logistica, specialmente visti l'aumento di costi e i ritardi nell'approvvigionamento del vetro.**

Gli stessi consumatori sono disposti a spendere di più per un packaging sostenibile. Il vino in lattina è comodo e maneggevole, include porzioni standard pronte da bere, da sole o combinate nella mixology. Risulta quindi comprensibile **l'aumento della domanda e questo fenomeno è particolarmente evidente tra i giovani.**

Molto del successo di questi nuovi formati dipenderà dall'accettazione del consumatore e dalla consapevolezza che sta comprando comunque vini di qualità.

Per avere successo con il vino in lattina bisogna ispirare fiducia. Si tratta di una novità e le aziende vinicole disposte a questa transizione aumenteranno solo **quando i consumatori avranno superato il pregiudizio culturale secondo cui il vino in lattina è di scarsa qualità.**

L'accettazione arriverà con un ulteriore aumento della qualità dei vini in lattina, questo formato diventerà un'alternativa affidabile in grado di coesistere con il vetro.

Se il contenuto è fondamentale, altrettanto importanti sono il contenitore e le strategie di comunicazione.

È un dato ormai assodato, i giovani comprano sempre meno vino. I motivi sono vari:

- bottiglie sempre più costose,
- infinite denominazioni che creano confusione,
- difficoltà a ricordare i nomi e l'identità dei brand,
- strategie di vendita e promozione uguali da decenni.

Tutti questi fattori rendono il mondo del vino poco appetibile agli under 50. **Il vino in lattina potrebbe essere una soluzione innovativa per attirare un pubblico più giovane, interessato alla sostenibilità, alla praticità e alle novità.**

Tuttavia il mondo del vino in Italia è ancora fortemente legato alla tradizione e gli stessi produttori sono restii ad accettare cambiamenti, anche in positivo. **Se riusciremo a liberarci dei pregiudizi e a valutare oggettivamente i vantaggi offerti dai mercati esteri, l'Italia – uno dei maggiori esportatori al mondo – potrebbe trarne un vantaggio enorme.**