

Vino in lattina, UK: 3 fattori di cambiamento

scritto da Emanuele Fiorio | 10 Febbraio 2023



Dieci anni fa, nel Regno Unito, la prospettiva di mettere il vino in lattina era sostanzialmente impensabile e improponibile.

Com'è possibile che in un decennio il vino in lattina sia diventato un punto di riferimento per gli scaffali dei supermercati inglesi?

Henry Connell, cofondatore di [The Uncommon](#), azienda produttrice di vino in lattina, ha risposto a questo e altri interrogativi in una intervista rilasciata a Drinks Retailing, rivista online inglese focalizzata sul mercato delle bevande off-trade.

Negli Stati Uniti il vino in lattina ha fatto la sua comparsa sin dai primi anni '90, ma nel Regno Unito lo stigma legato al formato delle lattine è ancora difficile da contrastare.

Connell precisa che **nel 2018, quando la sua azienda propose il**

suo primo vino inglese in lattina ci fu una alzata di scudi: “È bello, ma i nostri clienti premium non berranno mai vino in lattina”.

Lentamente ma inesorabilmente, Connell ha assistito in prima persona al **cambiamento della percezione dei consumatori e all’evoluzione del mercato, guidata principalmente da 3 fattori:**

1. Qualità

I miglioramenti nella tecnologia delle lattine hanno rapidamente corretto il “gusto di latta” e hanno aperto un mondo di possibilità. Improvvisamente, con il giusto equilibrio e la giusta competenza, **il vino di alta gamma poteva non solo essere proposto in lattina, ma avere un forte appeal.**

2. Sostenibilità

Con una maggiore attenzione alla nostra impronta di carbonio, non c’è da stupirsi che la lattina – più leggera da trasportare, più veloce da raffreddare, più facile da conservare e riciclabile all’infinito – abbia la meglio sulla pesante e fragile bottiglia di vetro. Secondo Connell, la lattina ha **un’impronta di carbonio significativamente inferiore e contribuisce a ridurre le emissioni di carbonio del 79% rispetto alla tradizionale bottiglia di vetro.** Di conseguenza, i rivenditori, come Waitrose (nota catena inglese di supermercati, ndr) stanno adottando sempre più spesso questo formato per raggiungere i propri obiettivi di sostenibilità.

3. Cambiamento delle abitudini

La lattina monodose si adatta facilmente nella nostra vita quotidiana. Si inserisce in contesti ed occasioni in cui la bottiglia di vetro appare fuori luogo, ad esempio riunioni all’aperto, picnic nel parco, passeggiate in spiaggia, viaggi in treno e si rivolge ai consumatori di vino più giovani e più mobili. Una fascia demografica che il commercio mondiale del vino sta

cercando disperatamente di attirare. Il formato in lattina inoltre facilita l'ingresso nella categoria per i neofiti del vino.

Il futuro

La strada da percorrere è ancora lunga, precisa Connell, e ci sono alcuni tradizionalisti che non cederanno mai all'idea che il grande vino possa essere proposto in lattina. **Ci sono anche occasioni in cui la bottiglia regnerà sempre sovrana, durante le celebrazioni** ad esempio la presenza scenica ed il suono dell'apertura di una lattina non potrà mai sostituire quello di un tappo di sughero.

Un tempo si schernivano i tappi a vite e si alzavano le sopracciglia di fronte ai produttori di vino inglesi. Basta un po' di immaginazione e persone di talento e coraggiose per rompere questi preconcetti.

Come abbiamo già visto con le birre artigianali, le bibite ed i cocktail, il cambiamento è già sotto i nostri occhi ed il vino non potrà sottrarsi.