

Australia: faticano i formati alternativi

scritto da Emanuele Fiorio | 12 Ottobre 2020



In una categoria dominata dall'onnipresente bottiglia da 75cl, formati alternativi come il bag-in-box si sono ritagliati una fetta di mercato di nicchia tra i bevitori australiani alla ricerca di un buon rapporto qualità-prezzo e di volume. La recente comparsa sul mercato del vino in lattina è stata associata a momenti occasionali di vita dei consumatori.

L'arrivo di Covid-19 ha aiutato entrambi questi formati ad aprirsi un varco nel mainstream, ma per motivi diversi. I **bag-in-box** hanno offerto agli acquirenti con tempi di acquisto limitati una **facile opportunità per fare scorta**, mentre le lattine hanno offerto il **controllo delle porzioni ed una lunga durata in dispensa o in frigorifero**.

L'ultima ricerca di Wine Intelligence sul packaging del vino nel mercato australiano mostra un notevole **aumento della conoscenza (awareness) tra i consumatori australiani per quanto riguarda questi imballaggi alternativi.**

Tuttavia, **questa maggiore riconoscibilità non si è tradotta necessariamente in un aumento dei livelli di acquisto.** Nel caso del vino in lattina, la conversione del tasso di acquisto tra coloro che sono consapevoli del vino in lattina è in realtà diminuita nello stesso periodo, il che significa che la crescente conoscenza non si sta attualmente traducendo in acquisti.

Il formato bag-in-box continua a dare buoni risultati sul mercato australiano, con un significativo aumento dell'awareness dal 2017. **Tuttavia, i bag-in-box di tutte le dimensioni rimangono associati principalmente al rapporto qualità-prezzo e al vino di qualità inferiore:** un'eredità che questo formato fatica a scrollarsi di dosso.

La principale barriera all'acquisto di formati di imballaggio alternativi è la tradizionale preferenza per **le bottiglie di vetro standard che in Australia sono ancora più dominanti rispetto ad altri mercati consolidati.**

Le bottiglie di formato più piccolo continuano ad essere percepite come un prodotto con un rapporto qualità/prezzo relativamente basso, mentre le magnum sono viste come meno pratiche e difficilmente trasportabili.

Per quanto riguarda i tipi di consumatori, **la conoscenza relativa ai formati alternativi è significativamente più alta tra i Boomers,** ossia i consumatori più anziani. Per il vino in lattina, la riconoscibilità è significativamente più alta nella fascia tra i 40-55 anni piuttosto che tra i consumatori più giovani della Gen Z o tra i Millennials.

Tuttavia, pur avendo generalmente una minore conoscenza dei formati alternativi di imballaggio del vino, **l'acquisto di questi formati è più elevato tra i consumatori più giovani,**

una volta che essi diventano consapevoli della disponibilità di queste opzioni.