In Australia cresce il trend del formato alternativo

scritto da Noemi Mengo | 30 Aprile 2018



Che l'Australia sia da anni un mercato vincente per i produttori vinicoli italiani, è ormai un dato di fatto, ma è sempre piacevole scoprire che le opportunità tricolori non si esauriscono in un mercato così consolidato, anzi aumentano. Secondo alcuni report (forniti dalla piattaforma di statistica Nielsen) la **quota vendite dei prodotti alimentari italiani in Australia è aumentata del 7,4%** con il 2017. Questo dato di per sé non ci conduce direttamente ad un aumento delle vendite per il prodotto vino, ma può sicuramente essere di buon auspicio: se l'appeal per il prodotto fresco Made in Italy aumenta, cresce anche il numero di consumatori venuti a conoscenza dello stile italiano, intenzionati, con tutta probabilità, ad immergersi maggiormente nella scoperta della vasta gamma di prodotti italiani, primo fra tutti il vino.

Ma le opportunità per l'export non finiscono qui. Il 2018 sembra essere l'anno dell'***alternative packaging***, una tendenza che sta crescendo globalmente, e che ora sta insinuandosi anche nel mercato australiano, in particolare nella fascia di consumatori più giovani. Sempre secondo Nielsen, le bottiglie classiche in vetro (a livello globale, non considerando quindi solo il mercato australiano) occupano il 73% sul totale delle vendite, ma è chiaramente in crescita la piccola percentuale di acquisto di vini in lattina o altri formati. È naturale quindi chiedersi se **il formato standard da 750ml continuerà ad occupare percentuali così alte** in futuro.

Gli esperti di marketing australiani, infatti, sono già all'opera per non sopperire alla frenetica rivoluzione dell'utilizzo di materiali sempre più nuovi, accattivanti e soprattutto sostenibili. Questo è parte di quanto ci riporta anche uno degli ultimi report di Wine Intelligence: un focus sui cambiamenti nel consumo di vino, e sulla quantità dello stesso.

A livello sociologico, la tendenza riscontrata è quella di un **consumo di vino ridotto nelle quantità per persona**, il che vuol dire che il formato da 750ml può risultare eccessivo e sarebbe meglio orientarsi su volumi di 500ml o addirittura 375ml, a seconda della formalità o informalità del contesto in cui si consuma.
Stiamo naturalmente parlando di tendenze al momento davvero a lento sviluppo, perciò la bottiglia da 750ml sopravvivrà per ancora molto tempo.

Sarà però interessante scoprire come evolverà il trend del vino nel packaging alternativo: secondo il report, infatti, i **consumatori australiani under 35** sono sempre più invogliati ad allontanarsi dal 750ml, acquistando in parte **bottiglie più grandi da 1,5l** (soprattutto per la categoria rosè) e **in parte molto più piccole**. Questo, statisticamente, accade grazie ad una maggiore apertura mentale e consapevolezza dei formati esistenti dei giovani rispetto alle generazioni più anziane. L'apertura di cui stiamo parlando perciò porta inevitabilmente

a considerare la maggiore fruibilità riscontrata del vino in lattina. In Italia non è al momento nemmeno considerabile, ma in Australia, in piccola parte, funziona, poiché è un formato che viene visto come disponibile, reperibile e probabilmente anche meno pretenzioso. C'è quindi una tendenza a cercare di guardare il vino da un'altra prospettiva, diversa e inusuale, un po' per divertimento e, chissà, forse un po' per noia.
Siamo ben lontani da un cambio di rotta nella scelta dei formati di bottiglia (la bottiglia da 750ml è ancora la bella signora che tutti si voltano a guardare), ma è bene essere aperti mentalmente e considerare tutte le ultime tendenze in crescita.