

Lo Chardonnay piace sempre meno ai giovani australiani

scritto da Fabio Piccoli | 7 Settembre 2017



Secondo il rapporto “Australia Landscapes 2017” di Wine Intelligence, il 43% dei consumatori regolari di vino tra i 24 e i 34 anni in Australia hanno bevuto Chardonnay negli ultimi 6 mesi contro il 61% dei consumatori tra i 55 e i 64 anni.

Ma se complessivamente la percentuale di consumatori che hanno bevuto Chardonnay è rimasta sostanzialmente regolare nel breve periodo, molti meno giovani consumatori sono oggi attratti dal più diffuso vitigno bianco in Australia.

Se si osserva un periodo più lungo ci si accorge addirittura che solo la metà dei consumatori regolari di vino hanno bevuto negli ultimi sei mesi Chardonnay, circa 57% in meno rispetto al 2012.

Secondo l'analisi di Wine Intelligence i giovani australiani si stanno spostando verso vini bianchi dallo “stile” più aromatico come il Sauvignon Blanc, il Pinot Grigio e il Moscato. In particolare, Sauvignon Blanc e Moscato sono state negli ultimi 6 mesi le varietà bianche più apprezzate dai giovani australiani.

Negli ultimi 5 anni, inoltre, i consumatori regolari australiani di Pinot Grigio sono passati da un quarto a oltre un terzo.

Il report rivela inoltre come i consumatori tra i 25-34 anni sono anche i più “curiosi” in Australia, il 51% di essi dichiara, infatti, di “apprezzare regolarmente nuove e diverse tipologie di vino”. Non a caso sono decisamente aumentate in

questa fascia di consumatori anche varietà bianche come il Gewürztraminer (10%) e Grüner Veltliner (12%). Quest'ultime due tipologie, invece, sono cresciute negli ultimi sei mesi solo rispettivamente del 5 e del 2% tra i consumatori tra i 55-64 anni.

Tra le varietà rosse in aumento due europee come il Tempranillo e il nostro Sangiovese, ma crescenti i consumi anche di Zinfandel e Pinotage.

Complessivamente il report di Wine Intelligence evidenzia come sia decisamente in aumento la voglia di sperimentare nuove tipologie di vino tra i millennials australiani e questa appare oggi una tendenza un po' in tutti i mercati.

Una tendenza decisamente importante per la nostra realtà produttiva caratterizzata, come è noto, dalla più grande biodiversità vitienologica al mondo.

Ma riusciremo ad intercettarla in maniera adeguata?

Una domanda alla quale oggi non è facile rispondere, ma è indubbio che riuscire ad aumentare l'appeal delle nostre denominazioni, anche quelle oggi meno note, tra i giovani consumatori di tutto il mondo richiede uno sforzo di tutto il nostro sistema produttivo e il 'gioco di squadra' sappiamo, purtroppo, che non è il nostro forte.