

Ma il vino in lattina piace agli americani?

scritto da Fabio Piccoli | 8 Settembre 2016



La notizia della crescita della linea di vini in lattina “Seven Daughters” di Terlato, non ha sorpreso solo noi se lo stesso prestigioso magazine Wine Spectator ha lanciato nei giorni scorsi un suo sondaggio rispetto proprio l’indice di gradimento dei suoi lettori nei confronti di questa tipologia di packaging.

Le domanda che Wine Spectator ha proposto tramite il suo sito è stata la seguente: Avete mai provato un vino in lattina? E le risposte che i lettori potevano scegliere (una sola) erano

le seguenti:

- 1) Sì, è stata un'esperienza che mi è piaciuta e il vino era di qualità;
- 2) Sì, mi è piaciuto il concetto ma ho trovato limiti sul piano qualitativo;
- 3) Sì, ho trovato il vino di qualità ma non l'esperienza;
- 4) No, ma sono aperto per poter vivere quest'esperienza quando mi capiterà l'occasione;
- 5) No e non vorrò mai fare quest'esperienza.

Al sondaggio, per completezza di informazione ad oggi hanno risposto circa 450 lettori e i risultati sono stati i seguenti:

- La maggioranza (il 44%) ha scelto la risposta 4 e cioè pur non avendo mai degustato vini in lattina è aperto a questa esperienza;
- Il 29%, invece, si è dichiarato assolutamente non interessato a questo tipo di esperienza;
- A parità merito (il 13% per ciascuna risposta) le prime due risposte e cioè l'aver provato vini in lattina ma il giudizio sulla qualità del vino è spaccato esattamente in due;
- Solo l'1% ha condiviso la risposta di aver trovato un vino di qualità ma non l'esperienza in quanto tale.

Pur nell'assoluta assenza di valore statistico di tali sondaggi emerge comunque l'apertura del pubblico americano, in larga misura, nei confronti di packaging anche così lontani dall'immagine del vino che abbiamo soprattutto noi del vecchio mondo.

Ciò non toglie che anche negli Usa, soprattutto i wine lovers che sono ovviamente il target di lettori di Wine Spectator, si pone domande rispetto all'esperienza dei vini in lattina.

Interessante anche quel 30% che comunque vede questo packaging come "fumo negli occhi" e mai si sognerebbe di provare questa esperienza (forse i wine lovers più tradizionalisti).

Rimane aperto il quesito, a nostro parere più interessante, relativo al legame che c'è tra il vino e le modalità e i

momenti di consumo.

Per Terlato, uno dei player più importanti su questa tipologia di packaging si tratta di una modalità che consentirà di facilitare il consumo di vino e di portarlo fuori dai soliti ambienti (casa e ristorante).

Quanto questo non possa avere in futuro impatto sull'immagine complessiva del prodotto è tutto ancora da scoprire (solo vivendo...).

Per la cronaca non abbiamo scelto la risposta 5) ma si sa, forse siamo vecchi...