

Sempre più laico il mercato del vino

scritto da Fabio Piccoli | 13 Dicembre 2019



Non c'è analisi che riguarda il mondo del vino che non faccia emergere due elementi principali: la fine di tendenze dominanti e il desiderio dei consumatori di sperimentare diverse bevande più o meno alcoliche.

Di fatto, potremmo affermare, oggi il consumatore è molto più aperto a più proposte "alcoliche", e non è più esclusivamente fossilizzato su un'unica tipologia (vino, birra, spirit, ecc.) come avveniva anche nel recente passato.

In qualche misura siamo entrati in un'epoca più laica dove sono scomparse, o quasi, certe ortodossie nel consumo delle bevande alcoliche.

Gli stessi consumatori dei cosiddetti "vini naturali", che sembrerebbero i più inclini alle "ideologie" di consumo, di fatto sono segmentati in diverse categorie (un po' come lo sono i produttori biodinamici...) ed è difficile oggi disegnare un identikit preciso di questa tipologia di consumatori.

Regna insomma una grande libertà di consumo anche se forse sarebbe più corretto parlare di anarchia.

È anche molto difficile individuare i driver di questo nuovo approccio al consumo di bevande alcoliche.

Ci viene più facile immaginare che la responsabilità vada ricercata nel desiderio attuale di tutti noi di provare a vivere senza troppi vincoli o condizionamenti.

Siamo spaventati e delusi da molti fattori. Spaventati dalle tante emergenze che dobbiamo fronteggiare, da quelle climatiche a quelle legate alla nostra sicurezza quotidiana, senza dimenticare le diverse patologie sanitarie che la nostra società comunque è costretta tutt'oggi a fronteggiare. Ma siamo anche delusi (più o meno in ogni angolo del pianeta) da una classe politica, e dirigente, che apparentemente non sembra in grado di guidare e fronteggiare i tanti cambiamenti che stiamo affrontando e spesso subendo.

In uno stato di cose di questo genere, in cui spesso ci sentiamo imbrigliati, almeno sui consumi vogliamo essere liberi, o almeno sentirci più liberi.

In una situazione di libertà di consumo di questa natura può succedere di tutto.

Ad esempio che abbiamo un successo straordinario oggi bevande alcoliche come le White Claw, che hanno una bassa gradazione alcolica (5°) e vengono aromatizzate in diversi modi, dall'amarena al pompelmo, dal mango al lime. È interessante osservare come questa tipologia di bevande sia di proprietà di uno degli importatori di vino più importanti del Canada, Mark Anthony Brands, a dimostrazione che anche gli "addetti ai lavori del vino" si stanno accorgendo che le cose stanno cambiando, e velocemente.

Ma la stessa diffusione dei vini in lattina sono un altro esempio eloquente che testimonia come oggi si stanno infrangendo anche numerosi dogmi sul fronte dei packaging.

Si potrebbero fare numerosi altri esempi ma ci fermiamo qui, ponendoci e ponendo ai nostri lettori una difficile domanda: "ma queste evoluzioni all'insegna della libertà dei consumi di bevande alcoliche e dell'accettazione di diverse tipologie di

packaging, sono un fattore positivo per il nostro amato vino?".

Sempre in una logica di libertà e di apertura dal nostro punto di vista riteniamo di sì, se però il comparto produttivo sarà in grado di rispondere a queste rivoluzioni con chiarezza e trasparenza.

In queste situazioni, infatti, diventa pericolosissimo, dare la sensazione che ogni produttore di vino possa fare di tutto, dal vino più "tradizionale" alla bevanda alcolica più "innovativa".

Non solo, diventa essenziale anche una chiarezza "vitienologica", per esempio capire bene quali sono i vini che possono essere adeguati ad un packaging "inusuale" (almeno per noi) come una lattina.

Insomma si deve spiegare bene, soprattutto ai nuovi consumatori, a quelli più giovani, questa "nuova segmentazione" dell'universo alcolico.

La libertà abbinata alla confusione, alla non chiarezza, alla scarsa trasparenza può trasformarsi in un cocktail (esempio molto calzante vista la situazione) micidiale per il nostro vino.