

Sfida pandemia? Vince il vino bio

scritto da Emanuele Fiorio | 16 Novembre 2020



Secondo l'IWSR, il mercato globale delle bevande alcoliche non dovrebbe riprendersi dalla crisi attuale fino al 2024. C'è però **una luce in fondo al tunnel: i vini biologici.**

Le tendenze globali legate al benessere e alla moderazione, la chiusura obbligatoria dei punti vendita on-premise e la crisi economica in corso dovuta a Covid-19, stanno ostacolando la crescita del mercato internazionale del vino fermo e probabilmente continueranno a farlo anche in futuro.

Aiutati e sostenuti dalla pandemia, i vini biologici sono pronti a crescere in maniera importante nei prossimi anni.

Secondo i dati diffusi dall'IWSR e ripresi da Bulk Wine Club, **il tasso di crescita annuo per i vini biologici fino al 2024 dovrebbe raggiungere il 9%, consentendo alla categoria di aumentare la sua presenza globale, dal 2,4% del mercato attuale al 4% alla fine del periodo.**

Per gli osservatori del settore, il biologico si sta lasciando sempre più alle spalle il suo status di nicchia e sta entrando nel mainstream. **Questa buona notizia, tuttavia, comporta delle sfide:** non solo ci sono problematiche dal punto di vista

dell'offerta – dovute all'aumento della domanda globale degli ultimi anni – ma ci sono anche questioni relative alla mancanza di chiarezza nell'etichettatura, nella comunicazione e nel packaging, con i **consumatori confusi sulla differenza tra il biologico e gli altri tipi di viticoltura sostenibile**. “Mi sembra ridicolo che i produttori biologici non debbano usare imballaggi sostenibili”, ha detto James Scott, direttore della ricerca di Bibendum/C&C Group con sede nel Regno Unito. “Se non riusciamo a unire i puntini su questo aspetto, allora stiamo chiedendo ai consumatori di fare un salto di qualità più grande di quanto siamo disposti a fare noi”.

I commenti di Scott evidenziano uno spazio di opportunità per gli operatori del vino biologico sfuso. “Abbiamo bisogno di un approccio integrale”, ha sottolineato Sara Norell, responsabile dell'assortimento e della fornitura per il monopolio svedese degli alcolici Systembolaget. **“Abbiamo bisogno di curare tutti i diversi aspetti sostenibili, compreso il trasporto. Il biologico è uno degli elementi costitutivi di un pacchetto sostenibile più ampio e organico”**.

Dopo aver spianato la strada ai vini in scatola, il monopolio sta cercando sempre più altri formati di imballaggio in grado di fornire credenziali di trasporto più sostenibili, inclusi cartoni e sacchetti. “Le bottiglie di vetro più leggere hanno ancora un impatto climatico cinque volte superiore rispetto ai Tetra Paks. Quindi ora stiamo lanciando vini più costosi nei formati Tetra”, ha rivelato Norell.

James Scott sottolinea quale sia la sfida principale per la sostenibilità nel vino: **“Il vino è storicamente legato alla bottiglia di vetro da 75 cl. È un ostaggio”**. Il formato non solo comporta una notevole impronta ambientale in termini di trasporto, ma rappresenta anche una barriera al miglioramento dei margini. “Il vino deve essere in grado di garantire un margine sufficiente per investire in prodotti di qualità e ha sempre faticato a farlo come conseguenza dell'essere ostaggio

della bottiglia di vetro da 75 cl. Altri prodotti hanno ridotto le dimensioni della confezione per mantenere i margini”.

Le lattine sono un’opzione, e stanno innegabilmente guadagnando terreno in alcuni dei principali mercati vinicoli, un’altra è il vino in cartone.

La crisi Covid-19 ha alimentato la domanda di vino in cartone, in particolare i formati più piccoli. “A causa del lockdown, quest’anno c’è stata un’enorme crescita dei cartoni da 2,25 litri. È stata una vera sorpresa, nessuno se l’aspettava”. Il formato in cartone sta incoraggiando i consumatori ad abbandonare le bottiglie di vetro standard da 75 cl. Questo formato assieme ad altri come le bottiglie di carta, possono alimentare lo sviluppo di una supply chain sostenibile ed essere veicolati al consumatore grazie ad un messaggio di facile accesso.

“La nostra gamma di vini biologici è raddoppiata nell’ultimo anno, pur partendo da una piccola base”, ha detto Elizabeth Kelly, buyer di Marks & Spencer. “Il 65% della nostra gamma prevede certificazioni sostenibili. Gli aspetti ambientali sono molto importanti per noi”.

La testimonianza di Kelly è corroborata dalle cifre pubblicate dalla UK Soil Association e dalle parole di Lee Holdstock, responsabile delle relazioni commerciali dell’associazione: **“Nelle ultime 52 settimane, il vino fermo biologico nella vendita al dettaglio è cresciuto del 35% nel Regno Unito, contro il 6% del vino convenzionale”.**

Questa tendenza non riguarda solo il Regno Unito, se si può trovare un aspetto positivo della pandemia di Covid-19, è l’aumento dei consumatori attenti ai prodotti biologici e sostenibili, definiti anche “planet-centric consumers”.