

Sostenibilità: che valore ha, oggi, per il vino?

scritto da Emanuele Fiorio | 14 Giugno 2021



Lulie Halstead, in un suo recente articolo su Wine Intelligence, ha tentato di dare delle risposte concrete a questo quesito, partendo dal presupposto che la percezione dei consumatori su ciò che costituisce la “sostenibilità” nel vino si sta evolvendo.

Negli Stati Uniti, **poco più della metà (58%) dei bevitori abituali** di vino afferma di preoccuparsi del **cambiamento climatico e di intraprendere azioni** per ridurre il proprio impatto personale. Quasi la stessa percentuale di bevitori abituali statunitensi (56%) sta ora cercando attivamente di **acquistare prodotti locali**.

Una tendenza simile verso l’acquisto locale è emersa anche in altri mercati chiave del vino, con i bevitori in **Australia e Canada** che, durante il 2020, si sono spostati verso il vino locale piuttosto che su prodotti di importazione.

Cosa ha spinto questo interesse per i vini locali nell’ultimo anno? Come esseri umani, **in tempi incerti cerchiamo conforto**

in ciò che ci è familiare.

Dall'inizio della pandemia, questo desiderio di familiarità si è tradotto in un **rinnovato interesse per i prodotti locali**, compreso il vino.

I benefici ambientali dell'acquisto locale sono ben noti ai consumatori che ricercano soprattutto una catena di approvvigionamento più ridotta e trasparente. Tuttavia, questo cambiamento chiave nel sentimento dei consumatori nel 2020 e nel 2021 è frutto anche della volontà di sostenere le comunità locali.

Il cambiamento verso la sostenibilità è guidato maggiormente dai bevitori abituali di vino maschi rispetto alle donne.

Una percentuale maggiore di uomini dichiarano di essere disposti a spendere di più e a rinunciare alla comodità per un prodotto sostenibile, forse sfidando alcuni stereotipi del settore.

Meno sorprendentemente, sono i bevitori regolari di vino più giovani (Gen-Z e Millennials) ad essere più interessati alla sostenibilità del vino.

Soprattutto **negli Stati Uniti, i bevitori** credono che il vino – in particolare quello in bottiglie di vetro – sia già “sostenibile”, in particolare rispetto ad altre categorie di bevande.

Quando i bevitori americani vengono intervistati, dimostrano spesso **confusione tra il vino prodotti con metodi naturali ed il vino convenzionale: credono che tutto il vino sia naturale.**

Per cui il vino spesso viene già associato alla naturalità ed a caratteristiche intrinseche positive.

Forse, conclude Halstead, un modo per gli esportatori di **bilanciare l'avanzata del vino locale è quello di far emergere in maniera più forte gli elementi “naturali” del vino importato.**