

Spumanti: i Millennials trainano i mercati anglosassoni

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Ottobre 2021



Lo spumante abbraccia un ampio spettro, dal lusso al quotidiano, ma il suo ruolo tradizionale è legato a momenti di allegria e socialità e spesso è presente durante momenti importanti della vita.

Non sorprende quindi che l'inizio della pandemia di Covid abbia provocato uno sconvolgimento nella categoria degli spumanti, con un calo dei volumi globali di quasi il -5% nel 2020, secondo i dati IWSR.

La categoria ha iniziato a registrare una certa ripresa nella seconda metà del 2020 e nel 2021, quando i consumatori hanno recuperato un po' della loro "joie-de-vivre" ed hanno scoperto di avere fondi non spesi, accumulati durante i mesi di lockdown.

I nuovi dati sui vini spumanti di Wine Intelligence mostrano alcune **tendenze che stanno emergendo nei principali mercati di**

consumo “anglosassoni” di Stati Uniti, Canada, Regno Unito e Australia. Esse riguardano **due grandi cambiamenti:**

- chi sta bevendo,
- come sta bevendo.

Secondo l'ultima ricerca di Wine Intelligence, il modello comune a tutti e quattro i mercati di lingua inglese nel 2021 è un cambiamento visibile e profondo che riguarda le tipologie di consumatori che determinano volumi e valori della categoria.

Dal 2016, i bevitori di età superiore ai 55 anni stanno uscendo dalla categoria dello spumante o, se rimangono, riducono la loro frequenza di consumo. Questa tendenza è stata accelerata, con alcuni mercati, come il Regno Unito, che hanno visto una riduzione netta del numero totale di bevitori di spumante. Le ragioni di ciò sembrano essere in gran parte legate al Covid. Con molti consumatori anziani riluttanti a socializzare, i ristoranti chiusi, le vacanze e le grandi celebrazioni azzerate, le occasioni per bere spumante in questi contesti tradizionali sono svanite.

La crescita nella categoria dello spumante negli ultimi anni – e l'accelerazione degli ultimi 12 mesi – è spinta principalmente dal consumatore urbano benestante di età inferiore ai 45 anni – principalmente Millennials e Gen-Z. In contrasto con il tradizionale stereotipo del bevitore di bollicine, questi consumatori hanno più probabilità di essere uomini che donne.

Questo gruppo più giovane, che vive tipicamente in città, si è avvicinato al settore Horeca più velocemente rispetto alle fasce anagrafiche più anziane ed è probabile che abbia accumulato denaro lavorando da casa, non viaggiando e non potendo avere vita sociale. Questi consumatori sono più propensi a passare a vini di qualità superiore e a ricercare nuove esperienze con lo spumante.

Persiste anche l'interesse per i prodotti locali, un buon indicatore per i produttori nazionali di spumante in ciascuna di queste aree geografiche.

Nella categoria del vino fermo, la tendenza va in gran parte nella direzione opposta rispetto alla categoria degli spumanti. **In Australia, Stati Uniti e Regno Unito, la popolazione dei bevitori di vino fermo è sempre più dominata dai consumatori anziani. L'unica eccezione è il Canada,** che rimane ancorato ad una tendenza decennale, caratterizzata dalle generazioni più giovani che sono più legate al vino fermo, specialmente ai prodotti nazionali e ai vini sostenibili e biologici.

Inoltre sta mutando il rapporto di questi giovani bevitori con la categoria degli spumanti.

Questi sono alcuni **cambiamenti in atto:**

- lo spumante era legato alle occasioni speciali, ora può essere indicato per la fine di una lunga giornata;
- lo spumante era una bevanda occasionale, in un ampio spettro che includeva distillati, birra e vino fermo; ora è una scelta più frequente in alcuni mercati e l'evidenza suggerisce che una maggiore frequenza di consumo di spumante riduce la frequenza e l'incidenza di altri tipi di bevande;
- il prototipo dei bevitori di spumante si è spostato dai boomers benestanti verso i giovani lavoratori urbani, residenti nei principali hub tecnologici;
- i bevitori over 55 credono fermamente che ci sia un tempo e un luogo idonei per lo spumante (occasioni speciali), quelli tra i 25-39 anni non hanno problemi a bere un bicchiere di spumante alla fine di un giorno feriale o a stappare una bottiglia durante un pasto informale a casa.