

Vino in Usa e Canada: piccoli formati in crescita

scritto da Redazione Wine Meridian | 21 Settembre 2020



Il report 2020 di Wine Intelligence sull'uso e sull'atteggiamento dei consumatori nei confronti dei formati di imballaggio del vino negli Stati Uniti e in Canada suggerisce che, nonostante le bottiglie di vetro da 75cl dominino ancora il mercato, la **crescita dei formati più piccoli ed in particolare delle lattine, continua a guadagnare slancio.**

Queste nuove tendenze rimangono ridotte in termini assoluti, ancora oggi meno di 4 consumatori su 10, sia negli Stati Uniti che in Canada, sono consapevoli del fatto che il vino può essere consumato in lattina e solo il 6% (Canada) e l'8% (Stati Uniti) afferma di aver acquistato vino in lattina negli

ultimi sei mesi.

Ad ogni modo, il tasso di acquisto delle lattine è raddoppiato dal 2017 e continua ad aumentare la percentuale di consumatori che prenderebbero in considerazione l'acquisto di vino in lattina se fosse disponibile.

Il dato più sorprendente di questo rapporto è la misura in cui i formati più piccoli in generale, e le lattine in particolare, sono accolti con favore dal **target compreso tra i 21 e i 39 anni** – i Millennials e i Gen Z – il cui potere d'acquisto e le cui preferenze plasmeranno la categoria dei vini per i prossimi 30-40 anni.

I Millennials hanno più del 50% di probabilità di acquistare questo formato una volta che ne vengono a conoscenza. I consumatori della Gen Z che hanno raggiunto l'età legale per bere, hanno il doppio delle probabilità di acquistare vino in lattina rispetto ai bevitori delle altre generazioni, una volta che sono coscienti che esiste questa alternativa sul mercato.

Se da un lato la **convenienza è un fattore chiave** per l'acquisto della lattina, dall'altro è vista anche come un **modo a basso rischio e a basso costo di provare nuovi prodotti e stili di vino**. La lattina potrebbe essere utile per aiutare i consumatori nel percorso di **scoperta del vino e potrebbe essere una alternativa leggera** con porzioni ridotte rispetto ad una bottiglia standard.

L'unica eccezione al fenomeno "più piccolo è meglio" viene dal **Canada**. Qui, la recente situazione di lockdown sembra aver fatto rivivere il mercato del bag-in-box, che aveva una tendenza al ribasso in termini di utilizzo a lungo termine, ma che ha avuto una rinascita negli ultimi mesi in quanto le restrizioni sugli acquisti hanno incoraggiato l'acquisto all'ingrosso. Come per il piccolo formato, la crescita legata al bag-in-box sembra provenire da consumatori di vino più giovani e più coinvolti, che storicamente hanno evitato questo

formato.

Nei prossimi mesi ci si aspetta ancora più entusiasmo nei confronti del bag-in-box, i produttori stanno reagendo a questo trend di vendita, portando più varietà e innovazione per raggiungere i potenziali consumatori.