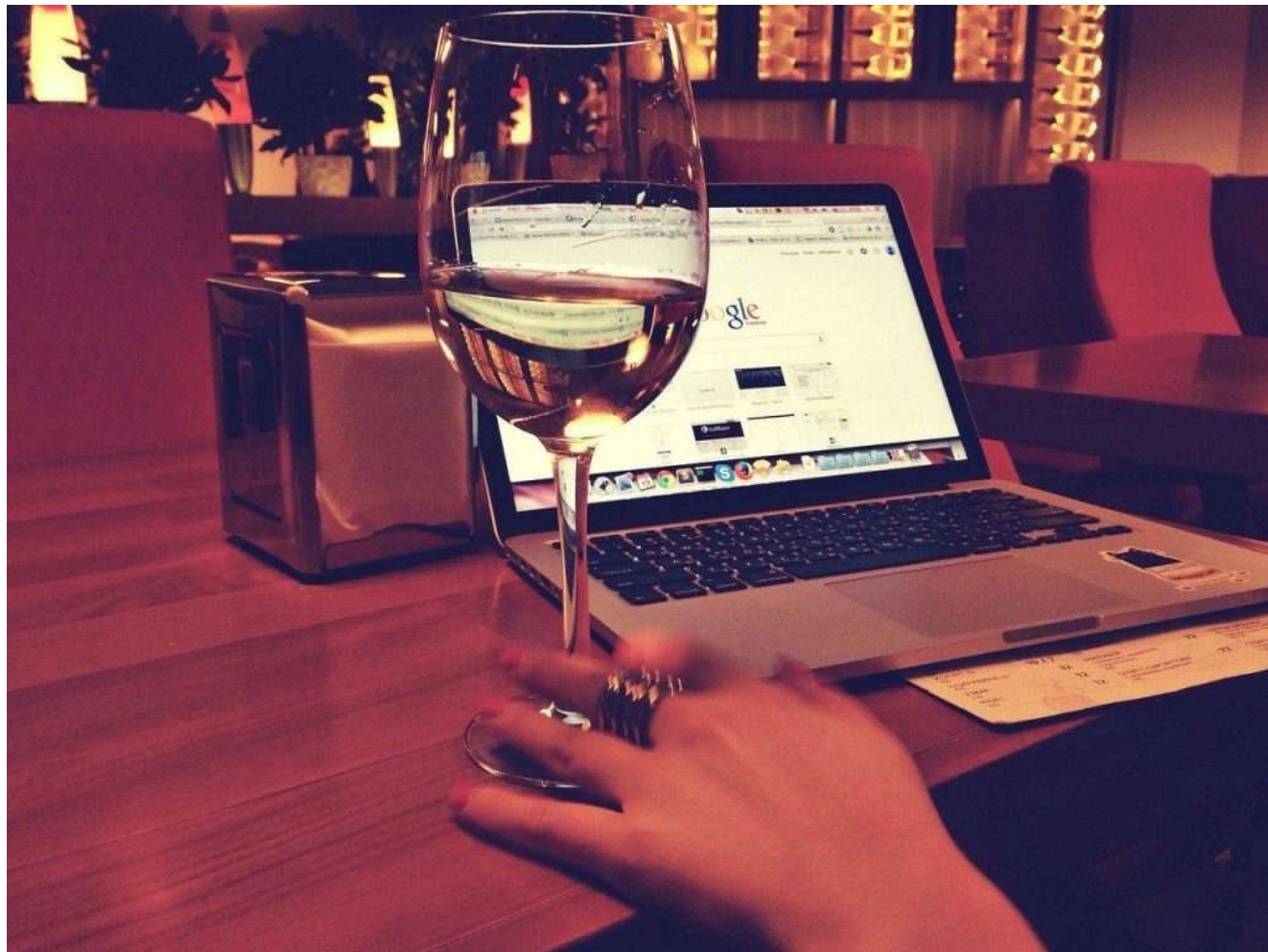


Vino sfide e tendenze del prossimo decennio

scritto da Emanuele Fiorio | 13 Gennaio 2020



Gli sviluppi delle nuove tecnologie porteranno a cambiamenti decisivi nel comportamento dei consumatori. Il cosiddetto IoT (dall'inglese Internet of things, neologismo riferito all'estensione di Internet al mondo degli oggetti e dei luoghi concreti che interagiscono con noi attraverso la rete) ci permetterà di controllare quello che possiamo fare attraverso l'uso di dispositivi intelligenti.

Nell'ultimo decennio la potenza degli smartphones ha permesso al consumatore di controllare e confrontare i prezzi di tutto ciò di cui necessitava con pochi click. Probabilmente una delle maggiori innovazioni che ha determinato l'ascesa di Amazon è stata il **servizio "1-Click"** che ha permesso ai

clienti di selezionare, ordinare, pagare e organizzare la consegna in 24 ore con un solo click sul telefono.

Questo è il punto di riferimento da cui deve partire qualsiasi rivenditore, distributore o fornitore di vino (B2C o B2B) che si appresta ad affrontare il 2020.

La maggior parte delle aziende, tuttavia, sono ancora ben al di sotto di questo standard di servizio e rischiano di restare indietro se non cambiano rapidamente il proprio modello di business.

Non è esclusivamente una questione di aumento della vendita al dettaglio online, ma i rivenditori e i fornitori tradizionali non possono più fare affidamento solo sulla loro capacità di selezionare i prodotti giusti da proporre. Dovranno diventare molto più sofisticati.

La sfida sarà altrettanto impegnativa per i produttori che dovranno fornire ai loro partner di vendita al dettaglio idee e nuove modalità innovative ed esperienziali per vendere i loro prodotti, giudicati e acquistati in base al loro valore aggiunto. La realtà aumentata e le soluzioni di intelligenza artificiale diventeranno uno standard da offrire ai propri clienti.

La tecnologia intelligente ci ha anche permesso di essere più consapevoli del nostro benessere attraverso un'alimentazione bilanciata ed uno stile di vita salutare. Lo testimonia l'aumento delle applicazioni e dei servizi che tengono traccia e monitorano tutto ciò che facciamo. **Le generazioni più giovani che sono cresciute con la tecnologia intelligente bevono meno perché la salute e la cura di sé sono radicate nella loro cultura e nel loro stile di vita. L'industria del vino deve prendere atto di queste mutazioni e soddisfare anche questo pubblico.**

I consumatori stanno prendendo coscienza del ruolo dell'industria del vino in relazione al cambiamento climatico e di quanto sia **poco sostenibile ed ecologico spedire in bottiglie di vetro il 99% del vino che consumiamo a livello**

mondiale. Senza dimenticare tutte le risorse, come l'acqua, che vengono impiegate per produrre una sola di quelle bottiglie.

Nel prossimo decennio il vino sfuso uscirà da quell'alone oscuro in cui è stato relegato negli anni passati, per diventare un simbolo dei progressi che si stanno compiendo in favore della sostenibilità ambientale.

Cambierà radicalmente il modo in cui i vini vengono confezionati, passando dal vetro ad altri formati più rispettosi dell'ambiente, alcuni dei quali forse non li abbiamo ancora visti. Si stima che **entro il 2029 alla [London Wine Fair](#) ci sarà meno vetro in mostra, di qualsiasi altro materiale.** Nel futuro prossimo le aziende saranno giudicate dai potenziali clienti soprattutto in base al loro contributo in termini di sostenibile economica, sociale ed ambientale.