

Vino sostenibile: divario tra desiderio e acquisto

scritto da Emanuele Fiorio | 11 Marzo 2022



Il concetto di sostenibilità – in tutte le sue forme e definizioni – è diventato un potente driver per i consumatori negli ultimi anni.

Secondo i dati raccolti dal rapporto di IWSR “Covid Tracker 2021”, **quasi la metà dei consumatori adulti americani** di bevande alcoliche (48%) e **il 70%** dei consumatori di alcolici **cinesi** hanno detto di essere **più propensi ad acquistare brand che hanno credenziali ambientali o di sostenibilità dimostrabili**.

I vini biologici sono stati una caratteristica delle liste dei vini dei ristoranti di lusso e dei negozi indipendenti fin dai primi anni '80. Grazie al forte sostegno di Systembolaget (monopolio statale svedese delle bevande alcoliche), **in Svezia quasi 1 bottiglia venduta su 4 è di vino biologico**.

Più recentemente, la categoria del vino è stata testimone di ulteriori sviluppi in termini di sostenibilità:

- i **vini biodinamici** hanno portato il concetto di vino biologico ad un livello superiore, applicando tecniche agricole sviluppate dal filosofo Rudolf Steiner (che ha anche fondato il movimento delle scuole Steiner);
- i **vini naturali** hanno portato il concetto di sostenibilità ad un livello più basilare, permettendo che i processi di fermentazione naturale abbiano luogo senza alcun input chimico o lieviti ingegnerizzati. Un certo numero di paesi e regioni produttrici di vino hanno anche stabilito i loro standard di sostenibilità, e usato la loro forza di marketing per incentivare i produttori a conformarsi.