

La grappa come il whisky e il cognac: l'identikit del consumatore medio

scritto da Redazione Spirits Meridian | 16 Febbraio 2023



Cambia il volto del consumatore di grappa che diventa, grazie all'intraprendenza di alcuni produttori, da distillato della tradizione a spirito dal profilo moderno ed internazionale al pari di whisky, cognac ed armagnac. Lo confermano le ultime ricerche. Una fra tante quella condotta da Nomisma per AssoDistil che ha tracciato l'identikit del consumatore di grappa: maschio, over 40, con capacità di spesa medio-alta, amante della condivisione in compagnia e attento alla qualità.

Testimone e protagonista di questo cambiamento un fuoriclasse della distillazione come **Roberto Castagner** che commenta i dati riportando la sua esperienza. **La Distilleria Castagner di Visnà di Vazzola (Treviso)**, fin dagli esordi, ha saputo anticipare i nuovi trend con decisioni strategiche coerenti

con l'evoluzione del mercato focalizzando la propria attenzione sui consumatori della cosiddetta "fascia alta".

«E' cambiato il modo di bere la grappa – conferma il fondatore e CEO della società, Roberto Castagner – il consumatore oggi è più evoluto, più attento alle novità, è una persona che ha cultura del vino e dei distillati, è anche donna e spesso abita al sud. Se fino a 15 anni fa la grappa bianca rappresentava il 70% delle vendite, oggi stiamo progressivamente andando verso un 50% per le barricate e un 50% per le bianche con un'attenzione maggiore, dunque, per il prodotto invecchiato di qualità».

I numeri nel dettaglio. Se da un lato i consumatori di grappa sono ancora prevalentemente uomini, dai dati emerge che 1/3 degli estimatori è formato da donne. Il consumatore è maturo, ma 1/3 rientra nella fascia 18-40 anni. **Il nord vale come il centro-sud insieme, ma i dati delle vendite (IRI 2022) ci dicono che il sud e il centro stanno performando proporzionalmente meglio del nord.** Al centro sud i consumatori sono più attenti alle novità perché più curiosi e meno legati ad un consumo storico e tradizionale. Il consumatore tipo ha un reddito medio-alto, il 60% guadagna oltre 1500 euro, il 30% oltre i 2500 con una buona capacità di spesa per i prodotti premium.

Dalle ricerche emerge anche che il 35% degli intervistati desidererebbe provare la grappa in cocktail e negli ultimi anni la nuova generazione di distillatori e di barman ha puntato molto sulla grappa inserendola tra i prodotti del bere miscelato.

Le scelte intraprese in questi anni da Roberto Castagner dimostrano che la strada è quella giusta: la barriera su cui il mastro distillatore ha investito sin dalla nascita della sua azienda, **dimostrando grande lungimiranza in un momento in cui – a metà degli anni '90 – la grappa consumata era per il 90% bianca**, permette oggi di presentare al mercato grappe dai

lunghi invecchiamenti che si allineano ai più prestigiosi distillati internazionali per i quali il consumatore è disposto a spendere di più riconoscendo un valore intrinseco superiore; l'investimento in tecnologia per proporre grappe più morbide e dal profilo innovativo, in grado di soddisfare le esigenze di nuove nicchie di consumatori, quali donne e pubblico più giovane; sguardo sempre rivolto al futuro grazie al quale è nata una grappa appositamente concepita per la miscelazione, in grado di essere valorizzata al meglio all'interno di un cocktail perché resa facilmente miscelabile e assolutamente versatile (Casta); **costante investimento in ricerca e sviluppo per proporre prodotti innovativi e soddisfare la voglia di novità dei consumatori** (Prosecco Ice, la grappa da bere ghiacciata e la grappa invecchiata in sole barrique di ciliegio, il grande successo del 2022).



Roberto e Giulia Castagner