I vini naturali e in anfora sbancano fra i millennial

millenials-vino-23-9232477b

Tannico, l'enoteca online di vini italiani più grande del mondo, si prepara all'appuntamento di **Vinitaly** con una ricerca dedicata al mercato dei **vini naturali, in anfora, biodinamici e da viticoltura eroica** analizzando i dati raccolti nel periodo 2015-2018 tra i suoi oltre 100.000 consumatori. La ricerca viene resa nota in concomitanza con il lancio di **VINI CORAGGIOSI**, la nuova sezione del sito Tannico dedicata appunto ai vini spesso fuori dagli schemi tradizionali e per la cui creazione ci vuole coraggio, mente aperta e un impegno con rischio più alto, ma soprattutto tanto amore e rispetto della natura. Vini che, proprio come Tannico, vogliono sfidare le consuetudini del settore enoico riscrivendone le regole.

Osservatorio privilegiato dell'andamento del mondo vino grazie a un network di 2.500 cantine e più di 100.000 clienti, Tannico è stato in grado di condurre la ricerca e analizzare le ultime tendenze attraverso **Tannico Intelligence**, il servizio di market analysis che l'enoteca online leader in Italia fornisce gratuitamente ai propri fornitori e ai consorzi. Uno strumento indispensabile per comprendere i desideri dei consumatori, intercettare bisogni e profilare i propri clienti.

Tra i vini coraggiosi analizzati dalla ricerca troviamo: i vini biodinamici, certificati da enti privati e prodotti da aziende vinicole completamente autonome dal punto di vista energetico, in sintonia con l'ambiente e le fasi lunari; i vini naturali, tutti quei vini che si legano a un processo spontaneo di evoluzione senza l'uso di fertilizzanti, diserbanti o concimi e con un contenuto di solfiti molto basso o uguale a zero; i vini vegani, ottenuti senza l'utilizzo di ingredienti, additivi o coadiuvanti di origine animale; i vini macerati, che nascono da uve bianche ma tenendo, come per i rossi, le bucce a contatto con il mosto per periodi variabili e i vini coltivati secondo la viticoltura eroica, frutto di un vero e proprio lavoro visionario in luoghi remoti o dove clima, pendenza e altitudine rendono ancora più difficile il raggiungimento dell'obiettivo finale.

Andando nel dettaglio, lo studio di Tannico riporta come nel periodo 2015/2018, la quota di mercato per queste tipologie di vini sia quasi raddoppiata, passando dall'8% al 15% sul totale del venduto di Tannico, evidenziando **un'attenzione crescente e sempre più consapevole del consumatore verso metodologie e prodotti sempre più ricercati**. All'interno del gruppo dei coraggiosi spiccano i vini vegani (65%), seguiti dai naturali e dai vini "eroici" (entrambi pari al 14,3% ciascuno) e infine i vini macerati che rappresentano ancora una nicchia scelta da meno del 2,5% dei consumatori analizzati.

A conferma della ricercatezza e consapevolezza crescente dei consumatori, tra le denominazioni che non hanno ancora cavalcato l'onda dei vini coraggiosi si evidenzia il **Morellino** (-98%), il **Ripasso della Valpolicella** e il **Bolgheri** (rispettivamente -90% e -89%), a favore invece di denominazioni meno note come **Timorasso** (+300%), **Etna** (+290%) e **Inzolia** (+281%) dove le vendite per i vini coraggiosi sono anche di tre volte superiori. Per quanto riguarda la provenienza geografica dei vini acquistati, vengono dall'Italia il 66% dei vini biodinamici venduti e il 60% dei vini derivati da viticoltura eroica. Sul fronte vegan, i clienti Tannico scelgono invece etichette straniere: dall'estero arriva infatti il 67% dei vini vegani acquistati, mentre sostanziale parità per l'origine dei vini naturali (50,4% dall'Italia e 49,6% dall'estero) e macerati (45%-55%).

Grazie alla mole di dati a disposizione, la ricerca di Tannico è in grado anche di fotografare il profilo del consumatore che sceglie i "vini coraggiosi", confrontando i comportamenti di acquisto di uomini e donne, fasce d'età (con un focus sui Millennial) e reddito. I risultati confermano che le donne si dimostrano più "coraggiose" e disposte a sperimentare degli uomini, con le scelte d'acquisto che superano quantitativamente quelle maschili per quanto riguarda i vini naturali ed eroici (+12% rispetto al sesso opposto), biodinamici (+7,1%) e vegani (+7,5%). I **Millennial** invece, per definizione attenti alle ultime tendenze e al consumo consapevole, non seguono tanto il filone vegano (-20% di acquisti rispetto agli altri consumatori), quanto invece rivelano una predilezione per i vini macerati (+35%) e naturali (+17%). Per quanto riguarda invece le fasce di reddito, sono contemporaneamente i clienti con reddito basso (<12k euro) e molto alto (>42k euro) ad avere aumentato i consumi dei vini coraggiosi, con gli acquisti dei primi saliti del +3,2% e quelli dei secondi a +6,35% rispetto a 4 anni fa, dimostrando come su Tannico qualità e accessibilità di prodotti ricercati non siano appannaggio del solo cliente alto spendente.

In ultimo, per gli appassionati di astrologia, Tannico ha analizzato anche il **trend di consumo dei segni zodiacali**, confermando e talvolta smentendo i caratteri attribuiti dallo zodiaco. L'Ariete rimane convinto delle sue scelte anche in tema vino, ed è il segno che maggiormente segue il trend "coraggioso" (+10,24%), seguito dal Leone (+9,52%), altro segno fieramente deciso, e dai Pesci (+5,5%), equilibrati, altruisti e attenti all'ambiente. L'Acquario, nonostante la vena anticonformista,

risulta il segno con meno consumo di questa tipologia di vini (-10,5%), e risulta insieme al Cancro (-5,2%) e allo Scorpione (-4,69%) tra i più refrattari all’acquisto dei ‘coraggiosi di Tannico’.