Wine Intelligence: continua la crescita delle bollicine nel mondo del vino

calice-prosecco-kennedy-cafe-big-070719d2

I dati emersi da una ricerca di Wine Intelligence non lasciano dubbi: la crescita del consumo di bollicine a scapito di quello dei vini fermi è destinata a proseguire ancora. E questo per molti motivi. Piacciono indistintamente ai consumatori di ogni fascia di età, sono più immediate da comprendere anche per i meno esperti poiché, a differenza dei vini fermi, ne esistono molte meno tipologie (Champagne e Prosecco su tutti, poi gli sparkling wine della Napa Valley, i Cava spagnoli, che fanno la gran parte del mercato, a cui si aggiungono tipologie come il Cremant, il Sekt tedesco e i metodo classico italiani, dal Franciacorta al Trentodoc, dall'Asti all'Oltrepò Pavese), che rendono più semplice la scelta, in uno scenario dove la stessa tipologia è il vero brand che conta, più del marchio aziendale, ad eccezione di qualche caso. Ma, più di tutto, a fare la differenza è il fatto che le bollicine sono il vino più in linea con lo spirito di questi tempi: tradizionali vini da occasione, da festa, sono diventati protagonisti del quotidiano poiché per molti, nella società di oggi che guarda più all'esperienza delle cose che al loro possesso, è sempre "time to celebrate", anche per il solo stare insieme ad amici e parenti.

Protagonista di questo fenomeno - rileva sempre la ricerca di Wine Intelligence - è stata l'Italia, soprattutto con il Prosecco. I numeri parlano chiaro. I consumi dal 2012 al 2016 sono cresciuti nel complesso dell'1,3% in volume (251,6 milioni di casse da 9 litri) e del 5,3% in valore (26,1 miliardi di dollari), mentre per le bollicine italiane la crescita è stata decisamente più sostenuta, pari al 6% in volume (38 milioni di casse da 9 litri) e dell'11,4% in valore (6,2 miliardi di dollari), con crescite esponenziali in tutti i principali mercati: oltre il 32% in Uk, di netto il primo mercato, con 1,2 miliardi di dollari in valore ma crescite importanti anche in Usa (+5,6% in volume e +12,3% in valore), e crescite superiori al 30% (pur partendo, va detto, da basi davvero esigue) anche in Cina, Svezia e persino in Francia, dove soprattutto il Prosecco (come nel resto del mondo, ndr), è riuscito a ricavarsi uno spazio sempre più grande nella patria dello Champagne.

Così fino ad oggi, dunque, e secondo Wine Intelligence non c’è nessun motivo perché questo trend non continui. Anche perché le bollicine sono una tipologia di prodotto che, oltre ai consumatori, piace molto anche alla distribuzione: associate al divertimento, sono facili da vendere, e sono anche il prodotto su cui si riesce a massimizzare il profitto, con margini importanti soprattutto nell’Horeca.