Tendenze: nel 2023 focus su vino, whisky e cognac d'antan

malternatives-02c77ab8

Nostalgia, inclusività, incertezza economica e ritorno all’analogico sono le parole chiave per i consumi nel 2023 che saranno guidati dai Millennials. I membri della Generazione Y - nati tra il 1981 e il 1996 – grazie ad un maggiore reddito disponibile si sono finalmente affermati come i nuovi consumatori dominanti.

A tracciare questo quadro sono stati **Catawiki**, la piattaforma leader in Europa per le aste di oggetti speciali, e **Ipsos**, istituto leader nelle ricerche di mercato, che hanno unito le forze con l’obiettivo di **prevedere le tendenze di consumo che definiranno il prossimo anno.**

"Siamo entusiasti di aver collaborato con Catawiki alla realizzazione del report sui trend del 2023. Combinando la nostra esperienza nella ricerca qualitativa con la solida competenza degli esperti di Catawiki, abbiamo sviluppato un approccio di ricerca su misura che ci ha permesso di prevedere il comportamento dei consumatori per il prossimo anno nel mondo del lusso, dell'arte, del design, dell'automotive e molto altro ancora" ha dichiarato **Thom Bremer**, Research Executive di Ipsos.

Per determinare questi trend sono state **combinate ricerche provenienti da numerose fonti:** dai molteplici report e dati presenti nei database Ipsos alle intuizioni dei leader del settore e dei diversi esperti di Catawiki. Cosa ci riserverà dunque il 2023?

Tendenze di consumo: le top 5 del 2023

1. Oltre la normalità - dimenticare le regole, il 2023 sarà il momento per esprimere uno stile individuale: design massimalista con colori eclettici e brillanti, fantasie e stili contrastanti come i pezzi di Sottsass; abbigliamento sgargiante senza genere e impreziosito da pietre preziose, dove le stampe e i marchi confluiscono l'uno nell'altro, combinando senza sforzo Moschino e Margiela; arte

tecnologica realizzata grazie alle nuove piattaforme generative di intelligenza artificiale capaci di creare ritratti sulle pareti.

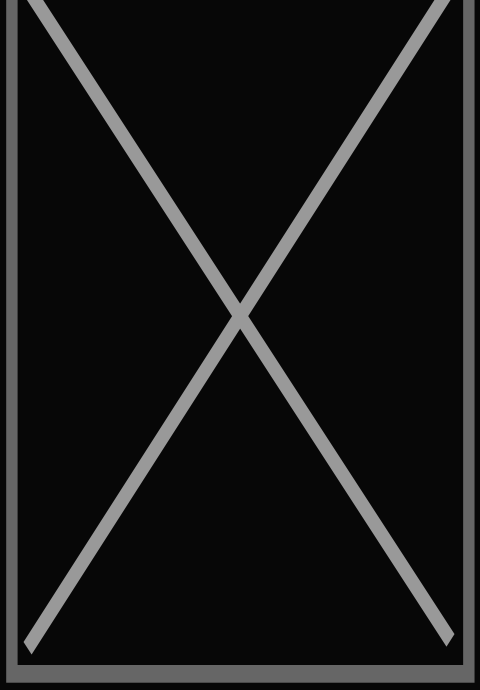
Lorenzo Altimani, Esperto di Moda di Catawiki, ha dichiarato: *"Le collezioni specifiche per genere non sono più rilevanti, la fluidità è diventata un must come abbiamo recentemente visto nelle passerelle della SS2023 attraverso moda velata per gli uomini, stampe trompe l'oeil e modelli sia maschili che femminili che indossano gli stessi capi".*

2. Nidificare - il rapporto delle persone con la propria casa è cambiato per sempre con la pandemia e sono sempre di più alla ricerca di pezzi volti a creare un ambiente sereno. Anche perché, a causa dell'incerta situazione economica, si prevede che nel 2023 **le persone staranno maggiormente in casa**: mobili tondeggianti poiché numerose ricerche psicologiche dimostrano che il cervello umano è predisposto ad associare la rotondità alla felicità e al relax; minerali, pietre e tarocchi a seguito del maggiore interesse per la spiritualità e gli oggetti che la riflettono; passatempi analogici come giochi da tavolo e modellini di treni e villaggi natalizi per staccare la spina - nel 2023 la FOMO viene sostituita dalla JOMO (joy of missing out).

Guido Gamba, Esperto di Modellismo ferroviario di Catawiki, ha affermato che *"sta crescendo l'interesse per i passatempi analogici. Le persone cercano attività più semplici, per contrastare tutto il tempo che passano davanti ad uno schermo".*

3. Ritorno ai primi anni 2000 - i Millennials sono i nuovi consumatori dominanti e si prevede che l'anno prossimo ci sarà **un ritorno ai primi anni 2000**: auto appariscenti come le Jeep d'epoca utilizzate in Jurassic Park, i drifter giapponesi presenti in Fast&Furious e i veicoli resi celebri dai blockbuster; moda del tempo con la ripresentazione delle it-bag - fra tutte la City bag di Balenciaga - e degli occhiali da sole oversize; **memorabilia dell'era digitale** quali fotocamere digitali compatte, telefoni cellulari e cuffie cablate di qualità che riportano ad un passato spensierato.

Secondo l'Esperto di Auto d'epoca di Catawiki, **Franco Vigorito**, la popolarità delle auto sportive giapponesi ha aperto un interesse anche per altre auto JDM meno conosciute: *"Trascende i classici come la Supra MK IV del 1994 e apre un'intera gamma di nuove auto desiderabili come la Toyota Celica dei primi anni '00, la Subaru BRZ e la Mazda MX-5".*



4. Nuovi eroi, più narrazioni - si assisterà ad una celebrazione del cambiamento con volti sottorappresentati al centro della scena: atlete professioniste grazie al settore dello sport e ai suoi cimeli che stanno diventando più inclusivi che mai; **maggiore creatività e sostenibilità nella produzione del vino** che proviene da regioni meno tradizionali come Regno Unito, sud-est asiatico, Giappone, Taiwan e India.

Mattia Garon, Esperto di Vino di Catawiki, ha spiegato che i produttori di vino *"vogliono essere liberi di seguire il proprio modo di pensare, senza dover aderire a regole stabilite da altre persone molto tempo fa. Producono su scala ridotta, ma sfruttano la qualità del clima e del terreno a loro vantaggio senza ambire a una denominazione specifica".*

5. Investimenti alternativi - molti oggetti speciali sono aumentati di valore negli ultimi anni tanto da essere considerati oggi come dei validi investimenti: motori classici di qualità a una fascia di prezzo più clemente, come la Volkswagen Golf GTI MK1 e la Triumph Tiger Cub da 250 cc; celebrazione delle youngtimers, ovvero dei veicoli che si avvicinano al 25° compleanno; **alternative al whisky per spostarsi su bottiglie più convenienti quali cognac, armagnac, grappa e birre prodotte con metodi antichi**; nuovi cimeli, ad esempio la già iconica Cassette Bag di Bottega Veneta o una spilla vintage impreziosita da gemme.

Enrico Gaddoni, Esperto di Liquori di Catawiki, ha commentato: *"un buon cognac degli anni '50 o '60 è ancora accessibile oggi, ma si prevede che il loro valore raddoppierà o quadruplicherà. Mi ricorda quello che era il whisky 10-15 anni fa. Quindi è il momento di investire".*