

TANNICO

I VINI NATURALI E IN ANFORA SBANCANO TRA I MILLENNIAL

Una nuova ricerca di Tannico Intelligence su un panel di oltre 100.000 persone svela i trend dei vini coraggiosi: naturali, anfora e viticoltura eroica hanno vedono un mercato in decisa crescita con target principale l'universo femminile e i giovani.

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, biodinamicie 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 (<http://www.tannico.it/vini-coraggiosi.html>), 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 ad 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 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.

Contatti Stampa:

[Attila&Co. - tannico@attila.it](mailto:tannico@attila.it)

Fabrizio Brambilla: +39 02 34970 731

Francesca Lauritano: +39 02 34970 530

Matilde Francesconi: +39 02 34970 728

Marco Giaroli: +39 0234070516

TANNICO

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'.

Tannico (www.tannico.it) è l'enoteca di vini italiani più grande del mondo, con un'offerta di oltre 14.000 etichette provenienti da 2.500 cantine diverse. Nel 2018 ha inviato oltre un milione di bottiglie nel mondo, serve 100.000 clienti ed è l'azienda nel food-tech che ha raccolto maggiori investimenti in Italia. Ad oggi il 40% del suo business viene realizzato via mobile. Tannico è in grado di consegnare le proprie bottiglie in giornata nella città di Milano, in 24 ore in tutta Italia, in pochi giorni in 18 paesi del mondo e in due settimane negli Stati Uniti.

Contatti Stampa:

Attila&Co. - tannico@attila.it

Fabrizio Brambilla: +39 02 34970 731

Francesca Lauritano: +39 02 34970 530

Matilde Francesconi: +39 02 34970 728

Marco Giaroli: +39 0234070516