vinetur

Conquistar al nuevo consumidor de vino

Pequeñas reflexiones para conquistar a los nuevos consumidores de vino

viernes 9 de noviembre de 2018

ESCRITO POR MARTA GARRIDO



Casi todos los jóvenes, nuevo objetivo a conquistar en el mercado del vino, se inician en el vino con el típico "Lambrusco" o "Prosecco", este último, ahora cada vez más de moda. Si no lo han hecho ya, es evidentemente, con el muy conocido "calimocho" o "tinto de verano", en los que mejor correré un tupido velo, para no hablar de ellos.

Estos, El Lambrusco y El Prosecco, ojo!, fijémonos que hablamos de simples espumosos pero que se han hecho con un nombre propio, son unos vinos fáciles de beber, aromáticos, afrutados y con un toque de carbónico divertido y jovial que lo hace perfecto para toda ocasión.

Además, son vinos que los más o menos amateurs, pueden permitírselos de vez en cuando según su bolsillo.

Evidentemente de todo hay en la viña del Señor, y algunos serán calidad/precio más asequibles que otros, así como algunos más bebibles que otros.

Pero en general, son vinos perfectos para acompañar cualquiera de las ocasiones de ocio, celebración o fiesta que la vida les brinde a estos jóvenes, noveles o amateurs del vino: Cenas y comidas divertidas, románticas o celebraciones de cumpleaños, aumentos de sueldo o simplemente, la ya cada vez más difícil celebración de encontrar un puesto de trabajo.



Por supuesto, son vinos mucho más baratos que el cava o el champagne, y mejores y más digestivos que los gasificados. Que en mi opinión dejan muchísimo que desear ya solo para la salud.

Además, tanto unos como otros han sabido posicionarse perfectamente en el mercado, con un marketing, sobretodo en la forma y gustos del embotellado y etiquetado, muy acorde al gusto del consumidor final. Incluso en algunos casos, tan solo el embotellado, el tapón y la etiqueta, cuesta más que el producto que guardan en su interior.

Por otra parte hagamos memoria de los miles de artículos que ya hemos leído sobre: "Tipos de consumidores de vino", "El futuro del sector vitivinícola", "Las Nuevas tendencias en Vino"...

Recordemos que siempre estamos leyendo y escuchando que los vinos espumosos son tendencia. Podeís encontrar datos, a un click, del aumento de las cifras de ventas a nivel nacional, europeo y mundial.

Si a eso añadimos que también el vino ecológico, (y otras variedades como naturales y biodinámicos), marcan otra de las tendencias mundiales del vino, y también tenemos los datos sobre la mesa, que marcan que los vinos con D.O.s tienen mayor tirón, junto a la tendencia de mayor venta de vinos de Calidad Diferenciada de otras tipologías...

“Para conquistar al nuevo consumidor del vino sólo hay que dar a conocer a los jóvenes, noveles y amateurs, nuestros maravillosos espumosos, ecológicos de calidad diferenciada con un marketing atractivo e innovador”

Pero para ello lo primero que necesitaríamos sería poner de acuerdo a La Subdirección General de Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica del Ministerio de Agricultura y Pesca y alimentación y Mediambiente, con los 90 Consejos Reguladores de las DOPs y los 41 de las IGPs (42 IGPs en breve, si aprueban en la UE La IGP Ribera de Quiles), para crear una Marca de Calidad Diferenciada de procedencia Española de Un Espumoso con esas características.

Si existe el Lambrusco, y el Prosecco, italiano, ¿por qué no uno con nombre y categoría de calidad española?

Además sería tan fácil como definir una D.O. no ligada a la región como es la D.O. Cava.

Tal vez un poco de acción de buen marketing consensuada con todo el sector, podría ayudar.

Deberíamos "crear" un "nuevo nombre" para este "tipo de vino español". Un nombre que se haga popular, sea bonito y contagioso, que funcione, que cree consenso entre todos los actores del sector.

Y ahora, con la primera salida al mercado de los vinos más jóvenes del año 2018, sería un momento perfecto.

Si además, avanzamos con la estrategia asiática de copiar a los mejores: "¡copiemos a los franceses!" . Copiemos su fiesta del "Primer vino del año" (Beaujolais nouveau).

Hagamos nuestro "Primer vino de cosecha" o "Primer vino de vendimia".

(Este año ha ganado Canarias que ya ha sacado la añada 2018 al mercado).



Lancemos al Mundo nuestra versión Española del Lambrusco y Prosecco Italiano. Un "vino espumoso español con nombre propio", dirigido a público novel, amateur, joven, o interesado en las novedades y las modas. Con un sello o una certificación de Calidad Diferenciada, y con el Valor añadido de Producto ecológico y sostenible en su proceso de elaboración.

Y Nuestro "Primer vino de vendimia" o "de cosecha", la versión: "Beaujolais nouveau francesa" Española.

Y por supuesto, otra grandísima idea que veo ahí, es no vender ningún excedente de vino a granel a los grandes productores y competidores españoles. Por lo menos a los de la UE, ¡qué menos!.

Los vinos que sean de mediana o mala calidad, o excedentes, ¡especíemolos y saquémolos al mercado como vino de "Navidad" y "Vino de Invierno". (Hay unos grandes almacenes Nórdicos por aquí ya instalados, que nos lo comprarían seguro, jajaja)



¿Y Qué tal si copiamos la idea de los países centroeuropeos que venden este vino especiado ya caliente en puestecillos en la calle y le ofrecemos al consumidor el mismo producto de vino especiado, pero embotellado, en monodosis, o en formatos de tres litros con los bag-in-box, en supermercados, listos para calentar y tomar?...



Bueno, aquí dejo unas pequeñas reflexiones e ideas de I+D+i gratuitas que sé que es posible que alguien quiera utilizar. (Yo conozco a más de uno que lo haría estupendamente)

Lo único preocupante es el tema de poner de acuerdo al sector. Sobretodo a La Subdirección General de Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica del Ministerio de Agricultura y Pesca y alimentación y Mediambiente, con los 90 Consejos Reguladores de las DOPs y los 41 de las IGPs para darle "nombre" y "una D.O o Tipología de Calidad Diferenciada" a este "espumoso y ecológico vino español".

Imposible no és. Y de sueños también se vive, y si no, pues lo producimos y vendemos fuera de las D.Os y listo. Aquí el que no arriesga no gana.

Aquí dejo algunas de mis pequeñas propuestas para **"Conquistar al nuevo consumidor de vino"**.

Locura, tal vez, pero: ¡Adaptarse, o morir!