vinetur

Hacia una nueva narrativa

miércoles 26 de marzo de 2025

ESCRITO POR VINOSUB30

El gran desafío: ¿Por qué las nuevas generaciones no se enamoran del vino? (Y cómo solucionarlo)

El 68% de los millennials prefiere cerveza o cocktails antes que vino (Wine Market Council).

¿¿La razón?? No es un problema de calidad, es un problema de COMUNICACIÓN.



Durante décadas, la narrativa ha estado en un ámbito técnico, centrada en la tradición y la historia familiar, pero los jóvenes de hoy buscan algo diferente. No es que el mensaje no funcione, simplemente fue creado para otra época. Ahora es el momento

de repensarlo .

Las nuevas generaciones están conociendo el vino de maneras distintas, influenciadas por las redes sociales, experiencias inmersivas y una búsqueda de autenticidad. No basta con mencionar el terroir y las añadas si el mensaje no genera una conexión. Es vital entender sus valores: sostenibilidad, diversidad, inclusión y accesibilidad. El vino debe ser parte de su estilo de vida, no al revés.

Para lograrlo, necesitamos una comunicación más cercana y dinámica.
Aquí les van 5 claves para reconquistar a las nuevas generaciones:

1 El poder del "UGC" (User Generated Content)
Los jóvenes confían 900% más en recomendaciones de pares que en expertos.
Caso de éxito en TikTok: el desafío generado con el hashtag #WineBottleChallenge.

2 Sostenibilidad REAL, no marketing verde (greenwashing).
El 73% de los integrantes de la Gen Z pagaría más por vinos con impacto ambiental demostrado (Nielsen).
Ejemplo disruptivo: Bodegas que muestran su huella de carbono EN LA ETIQUETA

3 Romper la barrera del precio (sin perder prestigio).
Formatos que triunfan:
???? Vinos en lata para picnics.
???? Botellas pequeñas para consumo individual.
???? NFTs que dan acceso a experiencias exclusivas.

4 El secreto del "liquid storytelling"
No vender "vino", vender:
 El vino de la primera cita.
???? La celebración de un ascenso laboral.
???? Una conexión entre elaboradores y consumidores.

5 Juguemos con el vino.
Apps como Vivino crecieron 300% al agregar:
???? Sistema de puntos por cata

???? Retos sociales con amigos
???? Realidad aumentada en etiquetas

La gran oportunidad:
El mercado de vino premium en jóvenes crecerá un 45% para 2027 (IWSR). Las marcas que hablen su lenguaje se subirán a esa ola.

El vino tiene mucho que ofrecer a las nuevas generaciones, pero para que lo descubran, debemos contarles su historia de manera diferente. No se trata de cambiar el producto, sino de transformar la forma en que se presenta y se comparte. Es momento de escribir un nuevo capítulo y asegurarnos de que los jóvenes sean parte de él.