



PROGETTI
PER
SISTEMI
D'IMPRESA



REGIONE AUTONOMA
DELLA SARDEGNA

Por Sardegna 2000-2006 Misura 3.13

Indagine strutturata su Focus Group internazionali sulla percezione qualitativa da parte del consumatore dei vini in relazione ai diversi sistemi di tappatura.

Obiettivi dell'indagine

Il settore dei sistemi di tappatura nell'industria enologica sta attraversando una fase di profonda trasformazione per effetto dell'avvento sul mercato di nuovi prodotti alternativi al classico tappo in sughero, ossia il tappo a vite e il tappo sintetico.

Al di là delle caratteristiche tecniche delle diverse chiusure, non esistono rilevazioni condotte sul consumatore che mirino ad indagare il suo livello di percezione qualitativa e di gradimento rispetto ai vari tipi di tappo.

Si è reso quindi opportuno realizzare un'indagine qualitativa sulle percezioni e le valutazioni del consumatore nel momento in cui stappa e utilizza una bottiglia di vino.

In considerazione dell'ampiezza del mercato del vino, le azioni conoscitive sono state condotte ad un livello internazionale, con dimensione europea.

La metodologia prescelta per l'effettuazione dell'indagine è quella dei Focus Group, ossia gruppi di discussione moderati da uno psicologo.

La metodologia della ricerca

Nei mercati identificati (Italia, Germania, Francia e Gran Bretagna), il Focus è stato condotto sul target degli utilizzatori abituali di vino, con specifico riferimento a chi effettua la scelta di acquisto nel settore retail e/o catering e provvede, di norma, all'apertura della bottiglia.

Rispetto alla segmentazione per fasce di età, il target è molto ampio e può essere identificato con la fascia 25-60 anni.

Sono stati condotti 20 gruppi di discussione nei 4 paesi con il coinvolgimento di circa 200 intervistati. La discussione è stata condotta e moderata da un senior research specialist; ciascun partecipante è stato sollecitato ad esprimere la sua opinione e le sue percezioni su sette batterie di domande/argomenti che riguardavano le modalità di acquisto e consumo del vino, le sensazioni nel momento dell'apertura, i giudizi sui diversi sistemi di chiusura, i giudizi sulla degustazione del vino (blind test).

Il test di assaggio (blind test) è stato condotto facendo degustare lo stesso vino imbottigliato in bottiglie neutre (senza etichetta e con capsule identiche) ma con diverse chiusure, ossia con tappo in sughero naturale monopezzo, tappo in sughero agglomerato biondellato e tappo sintetico.

Le conclusioni della Ricerca

Il cuore dell'indagine riguarda le valutazioni degli intervistati sui sistemi di chiusura e l'impatto che la percezione del sistema di chiusura ha nella valutazione soggettiva del consumatore rispetto al vino contenuto nella bottiglia.

Riguardo alle valutazioni sui sistemi di chiusura, il tappo in sughero emerge come "il tappo" per eccellenza nell'80% circa del campione, anche su mercati meno legati alla tradizione come la Gran Bretagna.

A livello trasversale nei vari gruppi, appare in modo netto che il sughero

- **esprime tradizione**,
- dà un'immagine di qualità al vino,
- è un **materiale naturale**, coerente con la natura viva del vino: lo lascia respirare, gli consente di maturare

Il tappo sintetico è percepito invece come *un tappo "surrogato", ma pratico ed economico*. Sta prendendo piede e **comincia a infrangere le resistenze** soprattutto fra i giovani, ma **resta ancora**, per la maggior parte, un tappo **emotivamente rifiutato poiché**

- **perde / tradisce la tradizione**, la poesia del vino, la tradizione del sughero
- **evoca vini di bassa qualità**
- **è un tappo sintetico**, artificiale, che mal si concilia (soprattutto a livello emotivo) con un prodotto naturale, vivo, delicato come il vino

Solo per una minoranza esigua del campione, soprattutto giovani e i meno competenti, in modo particolare in Gran Bretagna e in modo minore in Germania, la sua diffusione come **alternativa al sughero** (anche per vini non di bassa fascia) induce un'apertura di credito verso una soluzione che potrebbe essere **pratica e moderna**.

Rif. Benedetta Iannelli

info@sugheronaturale.it

www.sugheronaturale.it

Il **tappo a vite**, ad eccezione della Gran Bretagna dove riscuote un buon gradimento per via dei suoi vantaggi nella praticità d'uso, ha una immagine decisamente **low profile** (qualcuno si rifiuta persino di aprirlo!). E percepito infatti come

- un tappo che **non parla di vino** oppure rimanda a vino scadente, a un uso più funzionale che edonistico
- triste, **perde la ritualità** affascinante che accompagna l'apertura di una bottiglia di vino

Il **tappo di cristallo** suscita reazioni contrastanti

In positivo,

- nell'immediato stupisce per la sua **novità e originalità**
- gli vengono riconosciute caratteristiche di **eleganza, charme**, che lo associano a occasioni di consumo un po' speciali (d'impatto piace molto alle donne, anche se viene comunque percepito non da vino)
- (marginalmente) il vetro è **un materiale pulito e compatibile** con il vino

in negativo

- **non è un tappo da vino**, non ne rispecchia i codici di naturalità, tradizione, autenticità
- è anche un **materiale freddo, duro**, che non evoca la naturalità e il calore del vino, soprattutto quello rosso.

Per quanto riguarda i blind test, il primo risultato di rilievo è che tutti i partecipanti **percepiscono delle differenze** fra i tre vini assaggiati, nonostante il vino fosse in realtà lo stesso, e le imputano al tappo diverso. Ciò poiché, tranne alcuni bevitori più esperti, in grado di dare un significato più ragionato alle differenze percepite nel vino, nella maggior parte dei casi l'esito appare fortemente **suggestionato dalle diverse aspettative proiettate sui tappi** e quindi dalla loro immagine preconcepita.

Non a caso le maggiori differenze vengono percepite fra il vino tappato con sughero e sintetico mentre le differenze fra quelli tappati il **sughero naturale ed agglomerato** risultano **più difficili da valutare** e nella scelta gioca più il preconcepito emozionale.

Più in dettaglio, sui vini tappati con i tre tappi:

- quello tappato con il **tappo di sughero** è quasi sempre enfatizzato come **migliore (80% circa dei casi)** ed il tappo è giudicato il più valorizzante per il vino, che anche ai meno competenti finisce per sembrare **più ricco, morbido, profumato**.
Un po' per competenza e un po' per suggestione, i partecipanti parlano di un **vino che ha respirato**, maturando un **bouquet più caldo, ricco, morbido**
 - "ha mantenuto più a tutto tondo il sapore di vino, non si sono persi gli aromi"*
 - "è più vellutato"*
 - "ha più densità e un bouquet più strutturato"*
 - "è un po' più morbido"*
- il **tappo sintetico segmenta** maggiormente, perché **marca una differenza** nel vino che **non tutti sanno valutare** in termini qualitativi
La maggior parte ritiene infatti che renda il vino **più aspro e debole di sfumature**, perché non lo lascia respirare, bloccandone il processo di trasformazione
 - "è più leggero, si sente che non ha respirato il vino"*
 - "mi sembra un vino con meno corpo rispetto al vino con il sughero"*
 - "è più aspro, perde carattere"*
 - "quello di silicone è più leggero a livello di palato, perde volumetria"*
 - "il silicone è amaro, acido, aspro"*
- il **tappo di sughero agglomerato** resta un po' nel limbo e nel ranking di preferenza viene quasi sempre messo al secondo posto dietro al sughero naturale.