



M&T ITALIA S.r.l.

MARKETING & TRADE

Presentazione dei risultati dell'indagine internazionale
*“La percezione qualitativa del consumatore di vino
in relazione ai diversi sistemi di tappatura”*

Dott. Gianfranco Lai

Mercoledì 24 giugno 2009

Tempio Pausania



Obiettivi dell'indagine

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, in Italia, Francia, Germania, Gran Bretagna.



La metodologia della ricerca

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 ed è stato identificato con la fascia 25-60 anni.

La definizione dei gruppi è stata definita come segue:



La metodologia della ricerca

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).



La metodologia della ricerca

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.



I Risultati della ricerca

1. L'analisi del vissuto del vino
2. I criteri di scelta e di acquisto di vino
3. L'apertura del vino
4. La percezione e la valutazione spontanea dei diversi tipi di tappi
5. La prova pratica di apertura
6. Il blind test
7. Considerazioni finali



In Italia e Francia, la percezione spontanea dei tappi usati per il vino si focalizza sul sughero (in generale) e sul sintetico. Sono assenti i riferimenti spontanei al tappo a vite, ad eccezione di qualche valutazione isolata in termini estremamente negativi, e quelli sul tappo in cristallo, pressochè sconosciuto.

In **Germania** emerge una valutazione un po' meno negativa sui tappi alternativi al sughero, grazie alla praticità d'uso, soprattutto fra le donne.

In **Gran Bretagna**, in tutti i gruppi erano presenti alcune persone che in prima istanza dichiaravano di preferire i tappi a vite ai tappi in sughero e sono state evidenziate le occasioni di consumo in cui il tappo a vite presenta chiaramente i suoi vantaggi (per es. picnic e berbeque).

I tappi a vite vengono considerati più convenienti rispetto ai tappi di sughero per la praticità del poter aprire e richiudere una bottiglia di vino.

Percezione e valutazione spontanea dei diversi tappi



Le argomentazioni pro e contro i vari sistemi di tappatura emerse spontaneamente nel corso della discussione, si fondano, nella maggior parte dei casi, **più su fattori psicologici e d'immagine che su elementi concreti.**

Il sughero, nonostante i distinguo nei mercati meno tradizionali, **appare** comunque in modo trasversale come **“il tappo” per eccellenza**. I valori del sughero emergono soprattutto dagli uomini over 40 in Italia e Francia, con un rapporto più consolidato e familiare col vino, ma a livello valoriale e d'immagine vengono condivisi grosso modo da tutti:

- è un materiale **naturale**, coerente con la natura viva del vino: lo lascia respirare, gli consente di maturare (solo i più competenti)
- esprime la **tradizione**, evoca la competenza dei maestri vinai che mettevano il vino nelle botti di legno e lo tappavano col sughero
- **restituisce un'immagine di qualità al vino**, anche perché i vini di qualità elevata vengono tappati quasi solo col sughero

Percezione e valutazione spontanea dei diversi tappi



Allo stesso modo, **in negativo**, i minus (trasversali e condivisi) emergono soprattutto dai giovani e dalle donne, che hanno un rapporto più inesperto e formale col vino

- il sughero ha **l'imprevedibilità** e l'invadenza fisica tipica di un **materiale naturale**, per cui se un tappo di sughero non è di buona qualità o è mal conservato, può tradire e rovinare un vino, magari costoso, dandogli sapore di tappo, oppure rompendosi / sbriciolandosi durante l'apertura.
- rispetto al sintetico il **sughero è percepito come più costoso** (e c'è chi sospetta che il motivo per cui si cerca di far passare il sintetico come migliore, dipenda solo dal fatto che costa meno)



Il **sintetico** è percepito come un **tappo “surrogato”**, ma abbastanza **pratico ed economico**. Anche se dal punto di vista funzionale comincia a infrangere le resistenze soprattutto fra i giovani, resta ancora, per la maggior parte in tutti i mercati, un tappo emotivamente rifiutato.

Infatti, in modo trasversale emerge che

- **perde** / tradisce la **tradizione, la poesia, il calore** del sughero
- **evoca vini di bassa qualità** (più per l'idea industriale della plastica, che per motivazioni tecniche)
- **è un tappo sintetico, artificiale, che mal si concilia (soprattutto a livello emotivo) con un prodotto naturale, vivo, delicato come il vino**



All'interno del target dei giovani, ed in generale per le persone meno competenti, in misura maggiore nei mercati meno tradizionali, 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.

In tali contesti emergono infatti **alcune qualità di tipo funzionale**, come per esempio:

- è un tappo che **difficilmente si rompe**, non dà sapore di tappo al vino;
- Viene **percepito** come capace di **tappare in modo più ermetico** (perché più compatto), conservando forse meglio il vino.

Anche per alcuni fra i più competenti (soprattutto fra gli over 40) è un tappo con dei vantaggi pratici, che costa meno e si adatta a vini di rapido consumo, che non devono “invecchiare” in bottiglia



I Risultati della ricerca

1. L'analisi del vissuto del vino
2. I criteri di scelta e di acquisto di vino
3. L'apertura del vino
4. La percezione e la valutazione spontanea dei diversi tipi di tappi
5. La prova pratica di apertura
6. Il blind test
7. Considerazioni finali

La prova pratica di apertura



Il test di stappatura delle bottiglie viene eseguito sempre con grande diligenza e partecipazione. Tutti svolgono con cura tutta la ritualità del caso, si imbarazzano se non riescono a stappare subito con destrezza, annusano il tappo...

Dal test sono emerse le seguenti valutazioni, in dettaglio sui singoli tappi:

- il tappo di **sughero naturale**

conferma in tutto il campione, in modo trasversale rispetto ai target ed ai diversi mercati, **il suo vissuto di qualità, tradizione, piacere**, che si fonda in parte su fattori concreti (riconosciuti però solo dai più esperti di vino), ma **soprattutto su fattori emozionali** che spesso si attivano quando il materiale viene riconosciuto visivamente

La prova pratica di apertura



(in positivo)

- è soprattutto “vero sughero” (risulta evidente per tutti quando si confronta con gli altri), ed è **percepito come un materiale naturale, più affascinante e caldo** non solo dei tappi alternativi, ma anche del tappo birondellato
- per moltissimi è anche il tappo che **sembra soddisfare meglio la ritualità che accompagna la stappatura** della bottiglia, dal modo in cui penetra il cavatappi, al plop di uscita, allo sniffamento che restituisce più profumo di vino
- è il tappo **più facile da estrarre, più morbido e fluido** nella fase di uscita,



(in negativo)

- Talvolta la facilità di estrazione ha indotto **sensazione di scarsa tenuta** del tappo nella bottiglia (un plus per le donne, che hanno difficoltà col cavatappi a leva)
- **Risveglia le ansie legate ai suoi lati più problematici** di imprevedibilità e invadenza fisica a causa del possibile sbriciolamento

La prova pratica di apertura



- **il tappo di sughero agglomerato**

non sempre immediatamente identificato come diverso (alcuni, soprattutto fra i giovani, lo capiscono solo maneggiandolo e nel confronto col sughero naturale)

La sua funzionalità segmenta:

(in positivo)

- ha comunque **alcuni vantaggi del sughero**: è più naturale del sintetico, restituisce il profumo di vino (**ma non affascina come il sughero naturale**)

- marginalmente dà l'impressione di essere **più compatto e duro del sughero naturale** (che è più elastico, più facile all'estrazione), suggerendo una tenuta maggiore

La prova pratica di apertura



(in negativo)

- **rispetto al sughero naturale** (e soprattutto nel confronto diretto, quando cioè l'agglomerato viene stappato dopo il naturale) **gli viene quasi sempre attribuita una qualità inferiore**, che a volte sembra riflettersi anche sul profumo del vino (soprattutto uomini 40/50, più ricercati)

“non è puro sughero (è una pasta di sughero, un pressato, forse tenuto con collanti)”

“si rompe più facilmente, può rilasciare dei frammenti nel vino”

In ogni caso un tappo che conserva in parte il vissuto del tappo in sughero naturale, rispetto al quale perde comunque in fascino e percezione qualitativa, ma che si giustifica con un costo inferiore

La prova pratica di apertura



- **il tappo sintetico**

conferma la sua immagine più artificiale, ma anche una potenziale funzionalità che segmenta i giudizi

(in positivo)

- un tappo che ai meno competenti **può risultare più rassicurante del sughero**. È percepito infatti come **molto compatto, stagno** (esce con più fatica), forse più protettivo per il vino (soprattutto per chi non ha competenza sul processo di respirazione, invecchiamento).

Ancora, un **materiale asettico**, che non rischia di contaminare il vino con frammenti o sapori (più donne / giovani)

La prova pratica di apertura



(in negativo)

- **resistenze soprattutto emotive** / d'immagine: è un tappo “finto”, che evoca **perdita** di **cura**, competenza, tradizione (e di conseguenza un vino più low profile)

Ed anche quando (soprattutto fra i giovani e i meno competenti) la sua funzionalità sembra premiarlo, **le resistenze emotive e culturali impongono il rifiuto**, perché la sua immagine è “scorretta” per un prodotto tradizionale, naturale e colto come il vino.

Addirittura, per alcuni il fatto che sia più duro, difficile da stappare, è un ulteriore segnale di artificialità.



- **il tappo a vite**

Ad eccezione della Gran Bretagna, conferma la sua **immagine decisamente low profile**, un **tappo che non parla di vino** oppure rimanda a vino scadente, a **un uso più funzionale che edonistico**

Un tappo “triste”, perde la ritualità affascinante che accompagna l'apertura di una bottiglia di vino, **accettato** in Gran Bretagna solo **per un uso quotidiano** o per le occasioni di consumo informali (barbeque, picnic), ma da evitare o nascondere in caso di occasioni conviviali o come regalo.

La prova pratica di apertura



- **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**

(

La prova pratica di apertura



(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 rosso
- esprime un'originalità esibitoria, un po' fashion
- la **tenuta è poco convincente**, fa temere un rapido deterioramento del vino, una volta aperto



I Risultati della ricerca

1. L'analisi del vissuto del vino
2. I criteri di scelta e di acquisto di vino
3. L'apertura del vino
4. La percezione e la valutazione spontanea dei diversi tipi di tappi
5. La prova pratica di apertura
6. Il blind test
7. Considerazioni finali

Il Blind Test



Tipo di chiusura	Percezioni del vino contenuto nelle bottiglie (prima della degustazione)
<ul style="list-style-type: none">▪ Tappo sintetico	<ul style="list-style-type: none">▪ Vino di qualità inferiore, in GB molti ritenevano che potesse provenire dal Nuovo Mondo▪ In modo trasversale su tutti i mercati ed in tutti i gruppi: Probabilmente un vino di basso costo▪ <i>“Un vino ordinario da supermarket, non invecchiato”</i>
<ul style="list-style-type: none">▪ Sughero agglomerato	<ul style="list-style-type: none">▪ Aspettativa di un vino di qualità migliore rispetto al precedente (ma non dello stesso livello di quello con la chiusura in sughero naturale 100%)▪ <i>“Se ha un tappo di sughero è più probabile che sia un vino più costoso”</i>

Il Blind Test



Tipo di chiusura	Percezioni del vino contenuto nelle bottiglie (prima della degustazione)
<ul style="list-style-type: none">▪ Tappo in sughero naturale	<ul style="list-style-type: none">▪ Vino più fine, più costoso, di qualità migliore▪ Probabilmente un vino più invecchiato ed affinato▪ Probabilmente, a giudicare solo dalla chiusura, il miglior vino tra tutti▪ <i>“E’ il vino più caro e perciò deve essere il migliore, il più invecchiato...si associa il sughero con un vino migliore, con più anni di invecchiamento”</i>
<ul style="list-style-type: none">▪ Tappo a vite	<ul style="list-style-type: none">▪ IN FR, GE e IT un vino scadente, di nessun pregio, da evitare.▪ In GB un vino non così buono come quello tappato col sughero naturale. Probabilmente un vino del Nuovo Mondo o un vino giovane che deve essere consumato entro un arco di tempo breve

Il Blind Test



Tipo di chiusura	Percezioni del vino contenuto nelle bottiglie (prima della degustazione)
<ul style="list-style-type: none">▪ Tappo di vetro	<ul style="list-style-type: none">▪ Reazioni miste e un po' di confusione – minor certezza sul tipo di vino dovuta alla novità della chiusura▪ Percepito come trovata commerciale, in GB associato ad un vino proveniente dal Nuovo Mondo, specialmente vino californiano▪ <i>“Non va bene su un vino rosso, dal momento che si associa il vino rosso con l'invecchiamento e con la tradizione e il tappo non si accorda con tutto ciò”</i>

Il Blind Test



Dopo l'assaggio, le valutazioni espresse in modo trasversale dai gruppi sono state:

- **il tappo di sughero è quasi sempre enfatizzato come migliore e più valorizzante per il vino (circa 80% del campione),** che anche ai meno competenti finisce per sembrare più ricco, morbido, profumato.

Un po' per competenza e un po' per suggestione, parla di un vino che ha respirato, maturando un bouquet più caldo, ricco, morbido

Il Blind Test



- **il tappo sintetico** segmenta maggiormente, perché marca una differenza nel vino che non tutti sanno valutare in termini qualitativi la maggior parte ritiene che **renda il vino più aspro e debole di sfumature**, perché essendo troppo ermetico non lo lascia respirare, bloccandone il processo di trasformazione.

Ma alcuni (più fra i giovani) lo percepiscono invece **più forte e apparentemente più corposo**, perché meglio sigillato

- **il tappo di sughero agglomerato** resta un po' nel limbo, difficile da capire. Nel ranking di preferenza viene quasi sempre messo al secondo posto, come via di mezzo fra gli altri due



I Risultati della ricerca

1. L'analisi del vissuto del vino
2. I criteri di scelta e di acquisto di vino
3. L'apertura del vino
4. La percezione e la valutazione spontanea dei diversi tipi di tappi
5. La prova pratica di apertura
6. Il blind test
7. Considerazioni finali

Conclusioni



In definitiva, il tappo di sughero raccoglie un **consenso molto elevato** (quasi totale!) in tutto il campione, ma **più per i suoi valori che per le sue caratteristiche funzionali**, che solo alcuni conoscono, ma soprattutto che solo pochi sono in grado di riscontrare davvero all'assaggio del vino, fortemente influenzato dall'idea preconcetta sul tappo.

Il **vino**, d'altronde, è un prodotto che **vive molto di valori**, oggi ancor più che in passato, quando il legame con la cultura contadina lo rendeva un prodotto più familiare e quotidiano.

Coerentemente, la **forza del sughero** sta proprio nella sua **contiguità valoriale con il vino**: è un materiale naturale, tradizionale, frutto di competenze antiche, che vive e respira insieme al vino, condividendone fascino e dignità qualitativa.

Conclusioni



Di conseguenza, **un tappo di sughero è ritenuto imprescindibile** (e anche valorialmente sinergico) **in vini di qualità medio-alta**, che ne giustificano il prezzo sia come incidenza sul costo del vino, sia come rapporto costo-beneficio per il prodotto.

Tale associazione non appare invece scontata nei casi di tappature per i vini novelli, per quelli con una vita breve in bottiglia, o per i vini di bassa qualità, i quali dall'uso del sughero non trarrebbero vantaggi palatali significativi ma solo vantaggi in termini di immagine e di suggestione nei confronti del consumatore finale.



Per contro gli altri tappi soffrono proprio di una **povertà valoriale**:

- **il sintetico e il tappo a vite, per la loro artificialità**, associata quasi sempre a vini più low profile (meno curati, tradizionali, affascinanti) o a vini giovani, che non hanno bisogno di maturare in bottiglia.

Ma attenzione: il **sintetico** e, in alcuni mercati il **tappo a vite**, iniziano a rivelare anche un aspetto di **modernità e praticità**, che soprattutto ai giovani, può parlare di una funzionalità migliorata rispetto ai metodi antichi (più ermetico, più rassicurante rispetto all'imprevedibilità del sughero, che può rompersi, lasciare sapore al vino...)

Conclusioni



Sulla base di ciò, **il tappo di sughero si rivela un potenziale ulteriore codice di qualità per il vino**, che opportunamente valorizzato può marcare una differenza sia concreta (il vino respira, matura, si arricchisce di bouquet), **che soprattutto emotiva** (se ha il tappo in sughero, è un vino di qualità).

Non a caso, una larghissima maggioranza del campione sarebbe favorevole a trovare indicato sulla bottiglia una indicazione sul sistema di tappatura utilizzato.

Ma attenzione: deve essere tassativamente un sughero di buona qualità. Come più volte è emerso come codice negativo, un sughero di bassa qualità rischia di mettere allo scoperto i difetti connessi alla sua naturalità (porosità, cattiva tenuta, rottura, contaminazione del vino...)



M&T ITALIA S.r.l.

MARKETING & TRADE

M&T Italia Srl.

C.so Duca Degli Abruzzi 69

10129 TORINO

Dott. Gianfranco Lai

TEL. 011 500401- 011 500449

Fax 011 500735

E-mail: info@met-italia.eu - lai.ibt@tiscali.it