

# L'identikit del consumatore di vino tracciato da Morellino di Scansano DOCG

Da **Redazione 2** - 3 Giugno 2020



È tra i vini italiani con il più alto tasso di conversione in acquisto, **piace soprattutto nel Centro Nord del Paese e sempre di più tra i quarantenni**. Sono alcune delle caratteristiche di chi consuma abitualmente **Morellino di Scansano DOCG** in Italia. È quanto emerso in una ricerca condotta dall'agenzia **Wine Intelligence**, che **ha monitorato nei primi mesi del 2020 i comportamenti di acquisto dei consumatori regolari di vino in Italia**, un insieme stimato essere composto da circa 28 milioni di italiani. L'indagine, che sarà pubblicata nei prossimi giorni nel **report "Italy Landcapes 2020"**, ha preso in esame anche le prospettive del consumo di vino in Italia a seguito del COVID-19.

Il **Morellino di Scansano DOCG**, oltre a essere tra le denominazioni più conosciute in Italia ha anche, secondo la ricerca, un **"alto tasso di conversione in acquisto"**: più di 3 conoscitori del vino maremmano su 10 lo cercano e acquistano.

*“È un dato certamente molto positivo quest’ultimo e per noi un buon punto di partenza, se consideriamo che **in questa classifica troviamo denominazioni che producono quantitativi decisamente superiori rispetto alla nostra**”* commenta **Alessio Durazzi**, Direttore del Consorzio.



La ricerca ha consentito anche di stabilire **il profilo di chi**, tra i consumatori regolari di vino in Italia, **conosce il Morellino di Scansano DOCG**: risiede soprattutto nel **Centro Nord Italia** ed è sempre più amato tra i consumatori che hanno un’età compresa tra i **34 e i 44 anni**.

Per quanto riguarda i canali di vendita, il **Morellino di Scansano** è conosciuto e acquistato **sia nella grande distribuzione organizzata**, in particolar modo nei supermercati, ma anche nei negozi specializzati e – in misura superiore alla media – **direttamente nelle aziende vinicole**, un canale sempre più amato dagli appassionati di **Morellino di Scansano DOCG**.

*“È un vino in grado di intercettare target di consumatori abbastanza trasversali – commenta il presidente **Rossano Teglielli** – Dalla ricerca è emersa anche la crescente importanza del canale e-commerce: un indicatore che certifica il cambiamento dei consumi in atto, amplificato ancor di più in quest’ultimo periodo afflitto dalla pandemia da Covid-19”.*

Emerge infine, come il **consumatore di Morellino di Scansano dedichi un'attenzione superiore alla media al tema del biologico**, oltre ad altri aspetti correlati alla sostenibilità. Tra coloro che hanno acquistato il **Morellino**, infatti, oltre il 30% manifesta una particolare attenzione per i vini biologici, contro un 21% di media.

*“Sono **indicazioni certamente utili a tutta la base produttiva della nostra denominazione** per comprendere che percezione del **Morellino di Scansano** ha un consumatore, che già ama il vino e lo cerca.”* conclude il direttore **Durazzi**. *“Stiamo attraversando un momento storico di grande trasformazione e chi produce vino, in particolare chi appartiene ad una denominazione così identitaria come la nostra, deve avere gli strumenti per poter interpretare cosa sta succedendo e poter ipotizzare le decisioni da prendere nel prossimo futuro”*.

Vuoi ricevere maggiori informazioni sull'argomento di questo articolo? Compila il form indicando i tuoi dati e ti metteremo in contatto con chi potrà fornirti le informazioni richieste senza alcun impegno da parte tua.

Nome e cognome\*

Numero telefonico\*

Indirizzo e-mail\*

Link o titolo di questo articolo\*

Testo del messaggio\*

Invia