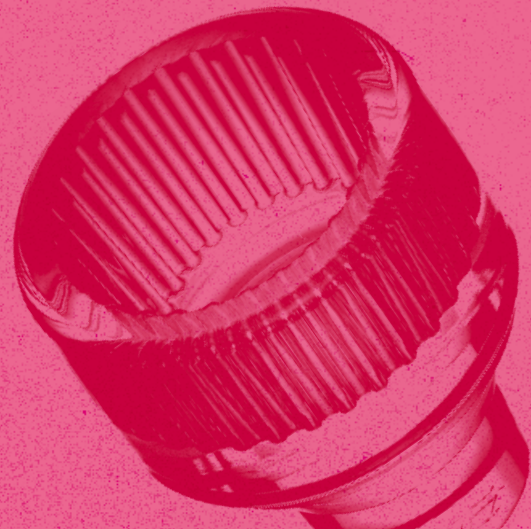


the *Pinkle* trend

La miglior chiusura per
i vini e gli spiriti rosè




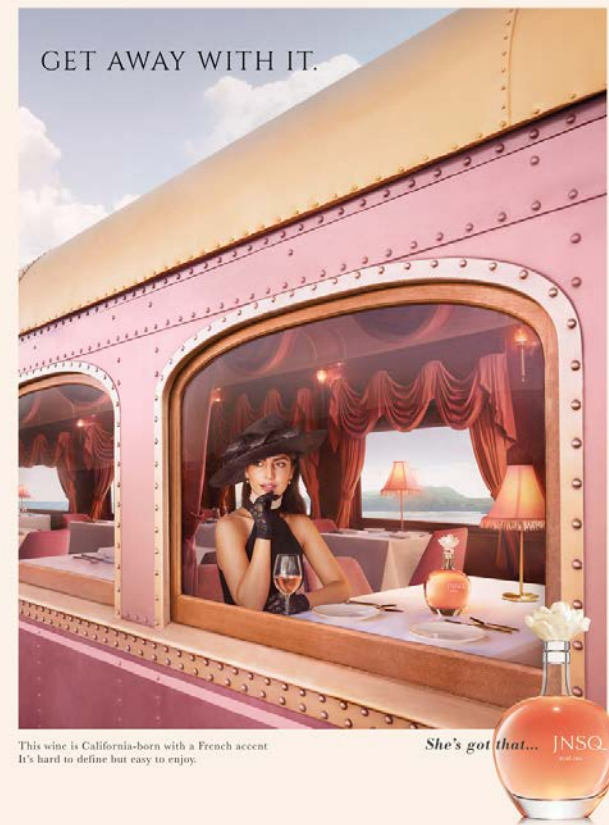
BOHEMIAN CRYSTAL TOP



Tendenza a lungo termine

La spinta del consumatore verso la premiumizzazione comprende la ricerca di sapori premium, ingredienti più salutari e imballaggi visivamente accattivanti ed ecologici.

 jnsqwines






ENJOY
EVERY
MOMENT



Life is
better
in rosé.

The path to success


Un packaging sapientemente progettato e un piano di marketing eseguito in modo impeccabile sono componenti essenziali per il successo che sviluppano la fiducia dei consumatori e il valore percepito del marchio.

 bornrosebcn

Outlook


Il fiorente settore del rosé continua ad espandersi, con un costante sviluppo del prodotto che alimenta la domanda dei consumatori di nuovi stili di rosé..



 terratangra

 kenforrestervineyards



 susanabalbowines



Le statistiche mostrano che un packaging ben progettato e accattivante può influenzare la percezione dei consumatori in merito alla qualità e alla desiderabilità del prodotto. Far risaltare il design di un vino non significa solo creare una bella etichetta. È un investimento.

72%



Design

Uno studio esclusivo di O-I mostra che il design sta emergendo come uno dei fattori principali nella scelta del vino rosato in Francia. Tra i consumatori francesi di rosé, quasi un terzo dei giovani tra i 18 e i 34 anni sceglie il proprio vino in base al design della sua confezione.

Potenziale

Secondo un recente sondaggio, il 72% dei consumatori afferma che il design del packaging influenza le proprie decisioni di acquisto. Se non presti sufficiente attenzione al tuo packaging, perdi potenziali vendite e opportunità di promuovere il tuo marchio.

A gennaio 2020, le vendite off-premise di vino rosato erano cresciute a oltre 576 milioni di dollari. Si tratta di un aumento del 281% in soli cinque anni.

Spagna

La Spagna ha ripreso la sua posizione come secondo produttore mondiale di vino rosato nel 2018, posizione confermata nel 2019. La produzione del paese, in accelerazione negli ultimi due anni, ha raggiunto i 4,9 milioni di ettolitri nel 2019.²

Italia

L'Italia, il quarto produttore di vino rosato al mondo, ha visto la sua produzione dimezzata nell'arco di 10 anni. Nonostante una leggera ripresa nel 2018, nel 2019 è nuovamente sceso a 2,2 milioni di ettolitri. I primi 10 paesi produttori di vino rosato sono rimasti invariati nel 2019.³

1) Nielsen Institute
2) Rosé Wines World Tracking
3) Rosé Wines World Tracking
4) Nielsen Institute

Nel mondo

Il consumo mondiale di vino rosato è generalmente in aumento sul lungo periodo. Nel 2019 i consumi di vino rosato sono stati pari a 23,5 milioni di ettolitri. Questa cifra è superiore del 23% rispetto al consumo globale nel 2002. Il rosé rappresenta un mercato in forte espansione, con vendite che crescono 10 volte più velocemente rispetto al vino da tavola in generale.⁴

+23%

Bere consapevolmente

Uno dei segmenti in più rapida crescita dell'industria del vino è la nuova categoria del benessere e il "bere consapevole" è il suo mantra. I marchi con una mentalità "meglio per te, la tua comunità e la Terra" stanno esplodendo. Soprattutto i bevitori più giovani vogliono bere meno e, quando lo fanno, cercano vini biologici "più sani" con meno alcol.²

Vini naturali

Piccole cantine produttrici di vini naturali, prima considerati prodotti marginali, si stanno facendo strada in mercati prima dominati dai grandi produttori di vino. Secondo la società di previsione Exploding Topics, le ricerche globali su Internet di vini naturali sono aumentate del 150% negli ultimi cinque anni.¹

Tutto l'anno: non più catalogato come vino estivo, i consumatori potranno gustare il vino rosato, sia fermo che frizzante, tutto l'anno. Il rosé è una categoria di vino estremamente versatile con una bella profondità di gusto, carattere di frutti rossi e buona acidità.



1) explore.liquorandwineoutlets.com/six-wine-trends-to-watch-in-2023
2) www.bloomberg.com/news/articles/2023-01-13/top-wine-trends-in-2023-mindful-drinking-sustainability-grar
3) www.bcfw.co.uk/blog/on-trade-wine-trends-for-2023/

New paradigm

Il rosè come vino pregiato: i vini rosati hanno lottato a lungo per essere presi sul serio... Ma ora il vento è cambiato... L'elevazione del rosé a vino nobile è diventata evidente nel 2019, quando la potenza mondiale del lusso LVMH ha acquisito il 55% di Château d'Esclans e un'altra tenuta provenzale dedicata alla produzione di rosé, Château Galoupet.¹

1) www.falstaff.com/en/nd/pink-power-the-rise-rise-of-rose-wine/



Outlook

Oggi le persone si concentrano sul gusto perché tendono ad apprezzare gli alcolici piuttosto che berli solo per divertimento. Pertanto, i produttori di gin stanno proponendo gin aromatizzati che rendono l'intera esperienza di consumo interessante e gustosa allo stesso tempo.



 undergroundspirits

 TheAfricanSpiritDistillery



 tequilavioleta





Ci sono diversi motivi per cui il gin è diventato rapidamente popolare: il gin rosa rappresenta il 14% delle vendite totali di gin. Il gin rosato ha aiutato a portare molti nuovi consumatori nella categoria; infatti, il 54% dei bevitori di gin rosa non aveva mai bevuto gin in precedenza.

Crescita

Distillati aromatizzati

Si prevede che il mercato degli alcolici aromatizzati raggiungerà un valore di 50,77 miliardi di dollari entro il 2029, crescendo a un CAGR del 15,50% durante il periodo di previsione 2022-2029.²

Si prevede che la tequila rosa crescerà ad un tasso di crescita annuale composto (CAGR) del 7% tra il 2021 e il 2026, dopo aver già registrato una crescita del 17% nel 2021.³

Innovazione

Sebbene gli aromatizzati rappresentino solo il 5,1% della categoria totale dei gin, nel Regno Unito le varianti aromatizzate hanno rappresentato quasi il 20% del mercato nel 2018.

L'ascesa dei gin aromatizzati è stata una "risposta naturale" da parte dei produttori che cercavano di distinguersi in un mercato ristretto.³

1) GCA research
2) Data Bridge Market Research
3) IWSR

Flavoured spirits

Si prevede che la crescente domanda di bevande alcoliche con l'aggiunta di frutta naturale e altri ingredienti stimolerà il mercato delle diverse varianti di alcolici aromatizzati e ne aumenterà le vendite nel mercato delle bevande alcoliche.

Bar

La crescente popolarità e moda di bar e ristoranti creerà nuove prospettive per il mercato dei distillati aromatizzati.

Novità

Il 65% dei clienti concorda sul fatto che ama provare gusti di alcolici nuovi o diversi.¹

1) CGA InThePinkReport



Pink gin

E' tutta una questione di colore...
il rosa è il capitano dell'esercito dei
sapori che sta guidando la carica
del gin in alcuni dei mercati più
importanti per i distillati.

Australia



United Kingdom

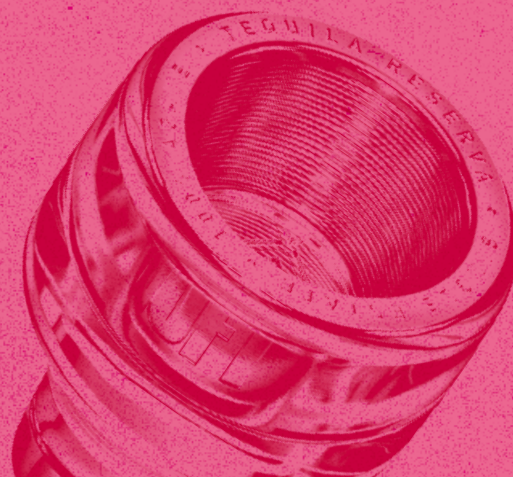


Italy

Pink CUSTOMERS



Approfondimento sui millennials che stanno guidando il boom del rosa.



BOHEMIAN CRYSTAL TOP



Sono 80 milioni i giovani negli Stati Uniti che hanno contribuito a far crescere le esportazioni di vini rosati francesi del 30% in dieci anni.

Nel mondo

Una tendenza simile è emersa in Cina, dove vivono quasi 365 milioni di millennials e dove le importazioni di vino rosato sono raddoppiate in un decennio.

Questa tendenza coincide con un aumento vertiginoso della domanda tra i millennials, che stanno crescendo di numero come popolazione.



Il 54% dei consumatori che hanno acquistato gin aromatizzato non beve gin non aromatizzato. Questo si rivela essere uno strumento efficace per generare l'interesse dei consumatori nei confronti del gin.¹

Valore Instagram

Non c'è dubbio che il gin rosato abbia attirato l'attenzione dei millennials a cui è rivolto.

In un'epoca di bevande instagrammabili e della popolarità del rosa tra i millennials, l'appeal del gin rosè può essere visto attraverso il cinismo filtrato da Instagram o il successo del marketing.

1) Phil Montgomery, CGA, www.morningadvertiser.co.uk/Article/2018/10/02/What-is-pink-gin



I marchi incentrati sulla sostenibilità attirano i consumatori attenti all'ambiente.

Focus sul Green

I marchi si preoccupano anche dell'ambiente riciclando vecchie bottiglie e riutilizzandole per realizzare nuovi prodotti.

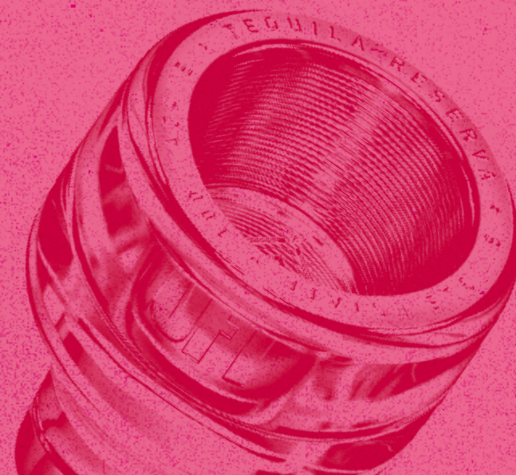
Con i millennials che chiedono di più da ogni aspetto della loro vita, dal servizio clienti al packaging e ai prodotti al suo interno, l'industria delle bevande non fa eccezione.



PINK packaging trends



Tendenze del packaging raccolte da Pentawards, la principale autorità mondiale sul tema del design del packaging.



BOHEMIAN CRYSTAL TOP





Pentaward Trends Report 2022-23

Sostenibilità guidata dai consumatori

Nel 2022, abbiamo visto sempre più marchi comunicare con i consumatori rispetto a cosa possono fare per aiutare a completare il cerchio più rispettoso per l'ambiente. Educare i consumatori su come possono smaltire i diversi elementi dell'imballaggio aiuta a spostare parte della responsabilità su di loro.

I consumatori sono determinanti nel dare una seconda vita agli imballaggi, quindi la comunicazione sulla confezione, l'educazione e il coinvolgimento dei consumatori sono elementi chiave quando si considerano nuove soluzioni di imballaggio...

Eliisa Laurikainen, UPM Raflatac

*Vediamo colori, grafiche uniche
e loghi simbolici audaci mentre
i marchi cercano di migliorare la
propria visibilità.*

Jennie Potts, B&B Studio



Pentaward Trends Report 2022-23

Immagini audaci

La necessità del fattore “wow” è forte in un mondo che si sta ancora riprendendo da una pandemia. Anche se i negozi sono di nuovo aperti, molte persone continuano a fare acquisti online, quindi i marchi devono distinguersi sia nei negozi fisici che in quelli digitali e sui social media. Per fare questo, i marchi si stanno concentrando su colori, caratteri e grafica audaci per distinguersi dalla massa.

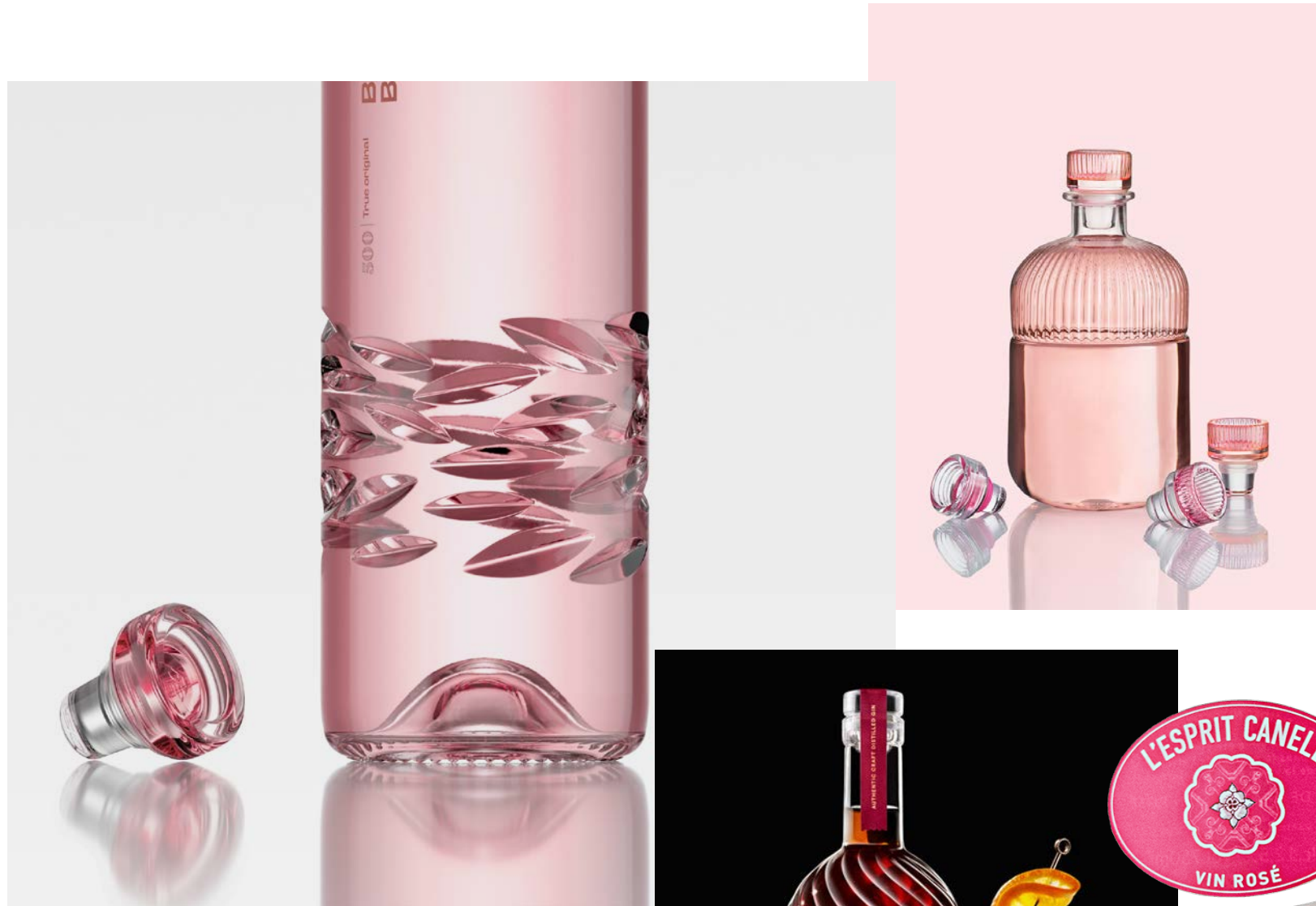


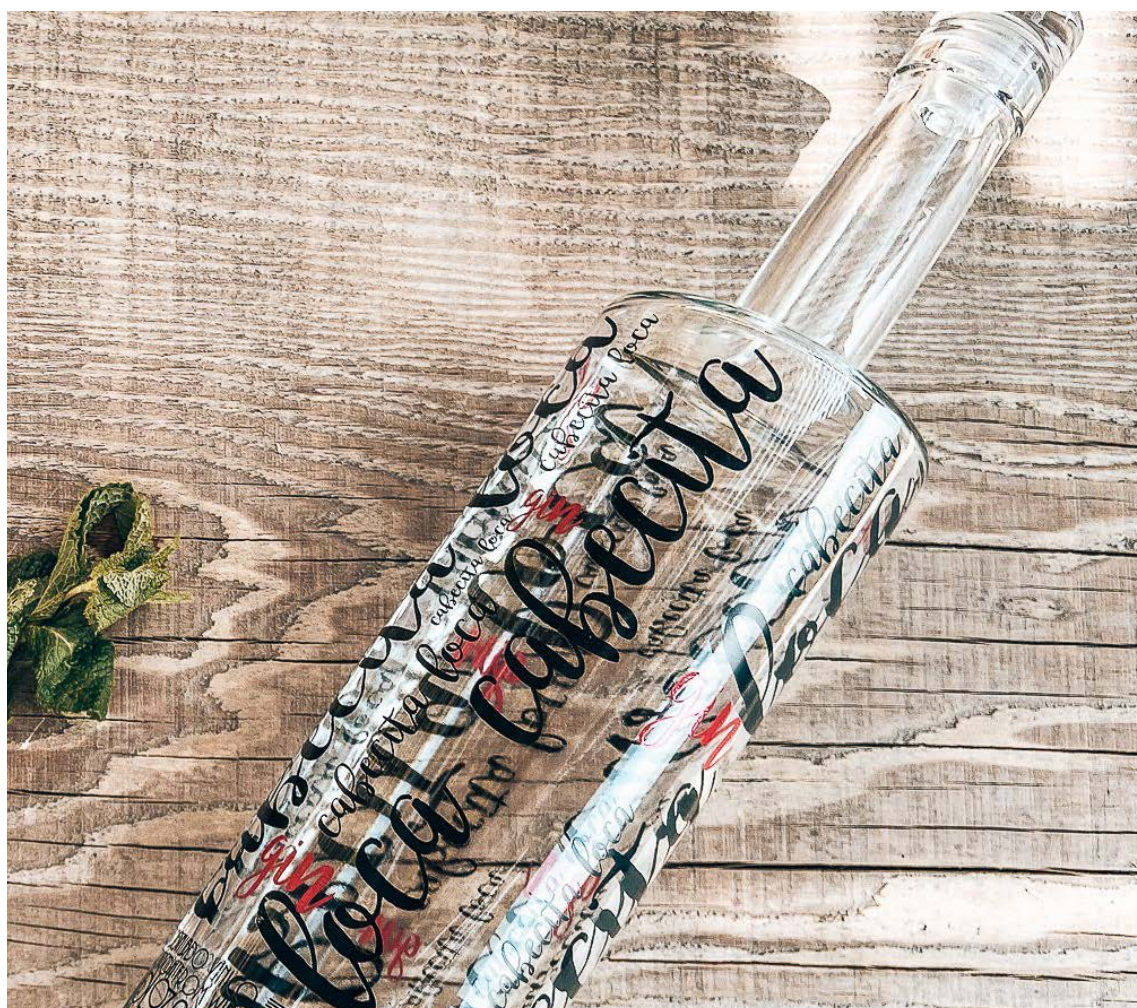
Vetro super premium

Mentre i marchi pensano in modo più sostenibile, sempre più imballaggi in vetro compaiono sugli scaffali e online. Per dare a questi prodotti un aspetto più premium, stiamo anche vedendo molte bevande in bottiglia trasformarsi in bottiglie di vetro complesse, su misura con dettagli e finiture iper-premium. Ci si aspetta che i marchi aumentino la sostenibilità dei loro imballaggi in vetro utilizzando vetro riciclato, muovendosi così verso un'economia circolare.

Il tuo packaging in vetro diventa uno strumento di branding e di fidelizzazione dei clienti e può essere unico al 100% per distinguersi davvero.

Melianthe Leeman, O-I





Alcuni marchi ci invitano a giocare. I progetti realizzati in questo modo dialogano con le persone in un linguaggio molto umano e universale, collegando efficacemente sentimenti e ricordi.

Beatriz Suárez, Estudio Maba



Pentaward Trends Report 2022-23

Scarabocchi

Le illustrazioni disegnate a mano o note scritte a mano evocano un senso di personalizzazione e una connessione umana direttamente con il marchio. Man mano che il mondo digitale prende piede, i motivi disegnati a mano continueranno a svolgere un ruolo nel packaging come contrappeso a design sempre più analogici. In particolare, gli scarabocchi caratteristici e in forma libera ricordano la creatività infantile che continuerà ad attrarre tutte le generazioni e apportano un tocco particolarmente umano al design visivo del packaging.



PINK case studies



Esempi di packaging ben eseguiti per
bevande rosa con i tappi Vinolok.



BOHEMIAN CRYSTAL TOP



She's Always Rosé

Il miglior vino rosato italiano ottenuto da uve Pinot Nero del nord Italia.



 shesalwaysrosewines





Tequila Calirosa

Calirosa è ispirata alla tequila tradizionale, una fusione di spirito messicano e stile californiano catturati in squisite tequila.

 calirosa



Maison No. 9

Maison No. 9 è nata dall'idea di combinare la migliore vinificazione con l'amore di Post Malone per lo stile di vita mediterraneo e il vino rosato.



 shesalwaysrosewines





Born rosé

Nasce dalla convinzione che il mondo del vino possa essere più rilassato e divertente. Ecco perché è stato creato come un marchio diverso. Niente più liturgia, atteggiamenti e pomposità della vecchia scuola.

 bornrosebcn



Cote des Roses

Cuvée Cote des Roses è una celebrazione dell'arte mediterranea del vivere. È un vino che si offre come un mazzo di rose!



 gerardbertrandofficial





Mistral gin

Questo dry gin rosa artigianale è il risultato della passione per la Provenza e per il suo stile di vita. È il primo dry gin rosa della Provenza con un focus sul terroir.

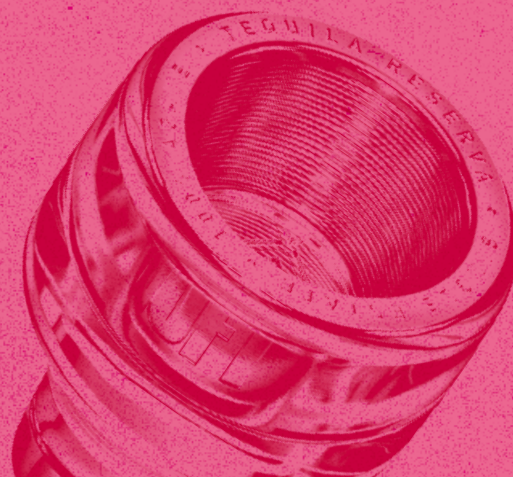


 [mistralgin](#)

PINK key takeaways



Su cosa puntare per avere successo
in un mercato sempre più saturo
di referenze rosa e rosè.



BOHEMIAN CRYSTAL TOP



Key takeaways



Effetto premium

Il successo dei prodotti premium è in gran parte dovuto al packaging innovativo che conferisce loro un aspetto premium e li distingue dalla concorrenza. Le richieste dei consumatori per bevande premium includono gusto, ingredienti più sani e imballaggi attraenti e sostenibili. Investendo in imballaggi innovativi, le aziende possono inserirsi in questa crescente domanda e aumentare la crescita delle vendite, il valore del marchio e il coinvolgimento dei consumatori.

La rinascita del rosè

I vini rosati che una volta lottavano per il riconoscimento hanno ora raggiunto lo status premium in tutto il mondo. Una popolazione più giovane è alla ricerca di vini biologici 'più sani' con una minore gradazione alcolica e le piccole cantine specializzate nella produzione di vini naturali stanno riscuotendo un notevole successo nei mercati tradizionalmente dominati dai grandi produttori.



Comunicazione

Il marketing, soprattutto sui social media, è fondamentale per vendere imballaggi. Aiuta a costruire la consapevolezza del marchio, attirare i clienti e aumentare la possibilità di selezione del prodotto in un mercato affollato. Il social media marketing gioca un ruolo fondamentale nella creazione dell'identità del marchio, nel coinvolgimento dei clienti e nella crescita delle vendite. Investire in forti iniziative di marketing può differenziare i prodotti e creare un vantaggio competitivo.

Key takeaways



Innovazione

L'innovazione nel design del packaging è una parte indispensabile di una strategia aziendale di successo in quanto consente alle aziende di rimanere competitive e rispondere alle mutevoli richieste e aspettative dei consumatori. L'introduzione di soluzioni di packaging innovative ha un forte impatto sull'esperienza del cliente, promuove la fedeltà al marchio e incoraggia gli acquisti ripetuti.

Sostenibilità

I vantaggi dell'imballaggio in vetro sono ben documentati. Offre una soluzione sostenibile, completamente riciclabile e soprattutto riutilizzabile. Promuovendo i vantaggi del riutilizzo e del riciclaggio di bottiglie e chiusure in vetro, possiamo fare da apripista verso un futuro più sostenibile e un ambiente più pulito per le generazioni a venire.



Tendenze di design

Rimanere aggiornati sulle tendenze del design è fondamentale per il successo di qualsiasi sforzo di vendita. Ciò è dovuto alla notevole influenza che le tendenze possono avere sul comportamento dei consumatori e sulle decisioni di acquisto. Stare al passo con le attuali tendenze del design consente alle organizzazioni di creare prodotti e imballaggi che trovano il favore del pubblico di destinazione e si differenziano sul mercato.

PINK'S NOT DEAD.

Per ulteriori informazioni, visitate il sito
vinolok.com o seguiteci sui social media.



[vinolok_global](https://www.instagram.com/vinolok_global)



[VinolokGlassClosure](https://www.facebook.com/VinolokGlassClosure)



[vinolok](https://www.linkedin.com/company/vinolok)



BOHEMIAN CRYSTAL TOP

