



SUGHERO

CULTURA | NATURA | FUTURO

Cork Information Bureau 2014

GIOVANI E VINO DI QUALITÀ PASSANDO PER IL TAPPO DI SUGHERO

COMUNICATO STAMPA

Due differenti indagini sui nuovi consumatori rivelano che i giovani tra i 18 e i 35 anni subiscono il fascino del vino. E il tappo di sughero accresce l'idea di qualità.

Milano, 19 dicembre 2014 - I giovani, pur essendo poco informati sul sughero in generale, subiscono il fascino del tappo in sughero, che trasmette un'idea di qualità, e un vino di qualità è quello che sceglierebbero sia nel caso di un regalo importante, sia nel caso di un appuntamento romantico. Questo è quanto emerge da **un'indagine AstraRicerche**, commissionata dalla **Campagna di promozione del sughero Intercork II** e realizzata nel mese di novembre su un campione di oltre 500 persone tra i 18 e i 65 anni.

L'occasione particolare, la cena romantica rigorosamente accompagnata dal vino è la tendenza che viene a galla anche in una ricerca qualitativa firmata dal prof. Andrea Rea del **Wine Management Lab dell'Università Bocconi** di Milano, **“Nuovi consumatori del vino ed implicazioni verso un posizionamento di qualità del vino italiano”**, focalizzata sui Millennials nati tra gli anni '80 e i primi anni '90.

I giovani costituiscono sempre più un segmento strategico per il mercato del vino, in quanto sono difficilmente influenzati o condizionati da esperienze precedenti, e rappresentano un importante punto di riferimento per gli operatori del settore.

Le ricerche, presentate nell'ambito della **Campagna di promozione del sughero Intercork II**, promossa e finanziata da APCOR (Associazione Portoghese dei Produttori di Sughero), da Assoimballaggi/Federlegnoarredo e Rilegno, insieme alle aziende produttrici Amorim Cork Italia, Mureddu Sugheri, Sugherificio Ganau e Sugherificio Molinas, sottolineano che, anche se i giovani **non hanno un significativa conoscenza del sughero e delle sue caratteristiche, ne subiscono il fascino**, in quanto una bottiglia tappata col sughero è per loro **sinonimo di vino di qualità**.

Secondo entrambe le indagini **la perfetta occasione d'uso del vino per i giovani è la situazione intima**; per il 45% degli intervistati da AstraRicerche tra i 18 e i 35 anni un vino di qualità è perfetto per una cena romantica (vs il 40% del campione totale), e anche l'indagine del Wine Management Lab conferma che la bottiglia di vino viene utilizzata in situazioni in cui bisogna “fare colpo” su qualcuno. Chi utilizza il vino in situazioni intime si divide a sua volta in chi preferisce occasioni particolari (exploring new tastes) e chi invece si orienta verso occasioni più ricercate (elegant o romantic dinner).

Campagna di promozione del sughero 2014

È ripartita in Italia e in altri sei Paesi europei ed extraeuropei la campagna internazionale di promozione del sughero, sostenuta e finanziata da APCOR (Associazione Portoghese dei Produttori di Sughero), da Assoimballaggi/FederlegnoArredo e Rilegno, insieme alle aziende produttrici italiane Amorim Cork Italia, Sugherificio Ganau, Sugherificio Molinas e Mureddu Sugheri.

Cork Information Bureau 2014

COMUNICATO STAMPA

Per maggiori informazioni, visitare:

il sito www.ilsughero.org

la pagina <https://www.facebook.com/IoStoColSughero>

il profilo Twitter <https://twitter.com/IoStoColSughero>

il canale Youtube <http://www.youtube.com/IostocolSughero>

Per informazioni stampa: Noesis Comunicazione – 02 8310511 – 348 4918834 Laura Mazza,
Federica Ciocia laura.mazza@noesis.net, federica.ciocia@noesis.net



SUGHERO
CULTURA | NATURA | FUTURO

