

En Argentina el vino 'en latas'

Para nadie es un secreto lo difícil que resulta para el sector vitivinícola la nueva incorporación de gente joven en el consumo del vino. Ante la dinámica de marketing y publicidad que otras bebidas espirituosas logran segmentando el mercado joven específicamente.

Argentina ha autorizado el envase y venta de vino en formato de acero inoxidable

Los argentinos entienden que es un reclamo de la industria y principalmente, de los mismos consumidores que reclaman una mayor versatilidad en cuanto a todos los productos vitivinícolas se refiere.

"Creemos que es una excelente iniciativa para promover la innovación en nuestro sector, y por ende la llegada al consumidor, que siempre busca experiencias distintas", con estas palabras lo afirmó Francisco Do Pico, director de Relaciones Institucionales del Grupo Peñaflor.

Hoy por hoy, este grupo viene a ocupar uno de los principales y más prestigiosos grupos vitivinícolas de Argentina, además de estar reconocido como uno de los diez primeros productores de vino a nivel mundial.



Son datos del INV (Instituto Nacional de Viticultura) que, en el año 2017, el consumo per cápita descendió de 77 litros por año en 1974 a los 24 litros que se consumen actualmente.

Y en contra posición, encontramos al sector cervecero que en año 2017 tuvo un consumo de 41 per cápita litros por año.

Definitivamente el sector del vino debe buscar un camino de comunicación con el público joven y alejarse un poco de seguir

promoviendo un consumo con una excesiva carga de conocimientos que debe tener el entendido en vinos.

Los jóvenes tienen un lenguaje diferente y hasta que el sector del vino no lo entienda seguirá descendiendo en el consumo de esta bebida que, además, representa un importante sector de producción y bienestar para muchas familias.