

Rodica STURZA

doctor habilitat în tehnică

Şef Departament Oenologie și Chimie

Universitatea Tehnică a Moldovei

Email: rodica.sturza@chim.utm.md

TENDINȚE MODERNE ÎN PEISAJUL CONSUMULUI GLOBAL DE VINURI

Actualmente la nivel global există o tendință spre conștientizarea importanței sănătății, care contribuie semnificativ la scăderea volumului de băuturi alcoolice consumate. Se manifestă direct printr-un consum mai mic de alcool și o preferință pentru produsele cu un procent scăzut de alcool, precum și printr-o alegere preferată a băuturii cu conținut scăzut de calorii și chiar a produselor organice, sau numite „natural”. Împotriva tuturor așteptărilor, această schimbare este deosebit de evidentă în rândul noii generații de consumatori.

Este importantă noțiunea „bunăstării personale”, care motivează achiziționarea „produselor pentru plăcere”, de primă calitate și în cantități moderate. Acest lucru este însoțit de o predilecție pentru produsele artisanale. Există, de asemenea, o orientare generală pentru vinurile Premium, ale căror vânzări au crescut constant cu 3% pe an în ultima decadă la nivel global, în timp ce volumul lor a crescut doar cu 0,5% pe an. Brandurile de lux prezintă una dintre cele mai importante piețe. Conștientizarea valorilor și calității producției creează din ce în ce mai multe așteptări în rândul consumatorilor. Ei aleg calitatea în locul cantității, ceea ce a încurajat trecerea la produse de ultimă generație.

Cel mai dinamic segment de piață din Europa este atestat pentru vinuri și băuturi spirtoase. După volum, vinul este a treia băutură alcoolică cea mai consumată. Totuși, pe măsură ce volumul total de vin consumat la nivel global a crescut, consumul pe cap de locuitor a scăzut de la 3,4 la 3,3 litri. Europa rămâne cel mai mare consumator de vin, cu o cotă de 58%, însă consumul european total a scăzut cu 0,14% pe an în ultima decadă. În schimb, consumul de vin a crescut în alte regiuni: în America, cu 0,62% pe an, cu o cotă de volum de 23%; Asia-Pacific, cu 0,18% pe an, 10% în volum; Africa și Orientul Mijlociu, cu 0,99% pe an, 3% în volum.

O adevărată reciprocitate se atestă în relația dintre vin și gastronomie. Vinul îmbunătățește aromele felului de mâncare și, invers, felul de mâncare – buchetul vinului. Așa cum remarcă Olivier Poels, „De atât de mult timp, vinul se adaptează la felul de mâncare, tendința actuală fiind de a acorda în cele din urmă vinului un loc central la masă”.