

Rassentrends - Zal GenZ Merlot redden?

Bron: WineOpinions

Een recent onderzoek onder 1.375 leden van de Wine Opinions consumentenpanel was gericht op de evolutie van gunst voor toonaangevende wijnsoorten. Respondenten werd gevraagd om uit een lijst de variëteiten te halen die ze vroeger vaak kochten, maar nu nog zelden of nooit kopen. Vervolgens werd hen gevraagd om alle variëteiten even die ze nu vaak kopen, maar vroeger kochten zelden of nooit. De resultaten wijzen op evoluerende smaken en aankoopvoorkeuren.

De netto veranderingen in frequentie in het verleden versus de huidige frequentie van aankoop van variëteiten onder respondenten in totaal zijn gedetailleerd in de grafiek. Sauvignon Blanc is de enige witte variëteit met een groeiende aankoopfrequentie, met aanzienlijke nettodalingen voor de andere witte wijn variëteiten. Onder rode wijnen (altijd al veel populairder dan wit) zijn er indrukwekkende netto winsten in aankoopfrequentie voor Cabernet Sauvignon, Pinot Noir en Red Blend-wijnen. Syrah vertoont een lichte nettowinst, terwijl Merlot een nettodaling laat zien in frequente kopers, gelijk aan die van Chardonnay.

Mannelijke vs vrouwelijke respondenten

Een blik op de netto winsten en verliezen bij mannelijke respondenten vertonen slechts een lichte stijging in hun frequentie van aankopen voor Sauvignon Blanc (+2%). Netto aankoopfrequentie bij mannen voor de andere witte variëteiten vertoonden significante dalingen, vooral voor Pinot Grigio (-28%). Tussen de rode wijn rassen, de netto toename van de aankoopfrequentie voor Pinot Noir (+32%) en Red Blends (+33%) overtroffen de netto stijgingen bij de aankoop van Cabernet Sauvignon (+26%) en Syrah (+10%).

Vrouwelijke respondenten waren grotendeels verantwoordelijk voor de netto toename van de aankoopfrequentie voor Sauvignon Blanc (6%). Maar hun netto dalingen in aankoopfrequentie voor Riesling (-24%) was significant groter dan de netto daling bij mannen (-8%). Terwijl een kleiner percentage van de vrouwen kocht meer Cabernet Sauvignon (+10% netto vs. +26% netto voor mannen) en ze waren minder vaak Syrah kopen (-12%) hun netto verandering in het kopen van rode melanges was een verbazingwekkende +40%.

Van alle consumentensegmenten is de groep onder de '40 jaar'-respondenten vertoonden het hoogste percentage van verhoogde aankoop van Sauvignon Blanc (+14%). Zoals de andere respondentensegmenten, vertoonden ze dalingen in aankoopfrequentie voor alle andere witte wijnen. Cabernet Sauvignon en Red Blends waren de toonaangevende gainers in aankoopfrequentie onder de '40'-respondenten (respectievelijk +18% en +22%). Zij ook boekte een nettowinst van +8% op de aankopen van Syrah. En respondenten onder de '40 jaar' lieten een nettowinst van +2% zien in aankopen van Merlot.

