

Waarom zijn wijnminiaturen een snelgroeiend formaat?

Door A. Green / Beyond Wines



Een 20cl-fles voorzien in 1 à 2 glazen wijn: veel beter aangepast dan de traditionelen 75cl-fles voor veel gelegenheden.

Van 'schattig' zijn tot het helpen beheersen van de consumptie, het miniatuurwijnformaat wordt steeds populairder bij consumenten. Alex Green, mede-oprichter van wijndistributeur Beyond Wines en bedenker van premium wijnmerk Liquid Diamond, neemt een kijkje waardoor de formule een succes wordt.

Miniaturen zijn als formaat zeker niet nieuw, maar de consument en de wijnindustrie blijven er dol op. Er zijn veel redenen voor het succes van het formaat, van 'schattig' zijn tot helpen bij het beheersen van de dagelijkse consumptie, tot zichzelf lenen tot 'cadeaubaar' zijn. Er is ook het simpele feit dat ze bedrijven meer geld per ml opleveren dan andere maten, dwars door de commerciële keten.

Verbeteringen bij het bottelen

Een andere belangrijke factor in de voortdurende groei van de categorie miniatuurwijnen is de technologische vooruitgang in een relatief korte periode.

In de afgelopen 10 jaar hebben de bottelarijen bij wijnmakerijen verbazingwekkende verbeteringen gezien in hun efficiëntie en flexibiliteit. Hierdoor is de keuze van het bereik van slechts een handvol bronnen tot vele tientallen bedrijven die kleine formaten kunnen maken.

Bovendien heeft de groeiende populariteit grote merken naar de categorie getrokken, wat er op zijn beurt toe heeft geleid dat glasfabrikanten de keuze uit beschikbare glasvormen hebben uitgebreid.

Het komt er uiteindelijk op neer...

Volgens Nielsen daalde in de 52 weken tot juli 2022 de particuliere wijnindustrie (plat en mousserend) met (-8,4%), grotendeels veroorzaakt door de heropening van de horeca en een herschikking van de verkoop splitst.

Vergelijk dat eens met 187ml (kleine flesjes stille wijn) en je zou denken dat de (-2,4%) groei van deze subcategorie gezond is. Maar het is in 20cl, kleine flesjes mousserende wijn, waar je echt de sterke groei kunt zien; met +8% op jaarbasis vliegt het en vertoont het geen tekenen van vertraging.

Veelzijdigheid

Miniatuurflessen zijn geschikt voor zoveel verschillende drinkgelegenheden: een kousvuller, een drankje tijdens de vlucht, picknicks Het is een lange lijst en het wordt langer naarmate we terugkeren naar de normaliteit van na Covid.

Enkele portiegroottes profiteren ook van premium wijnen; kwaliteit kan snel verslechteren wanneer een fles wijn wordt geopend, dus bij het serveren van de "drankjes voor een voor nu" gelegenheid zorgen miniatures ervoor dat elke slok plezierig is.

Flessen lijken nog steeds de winnende verpakking voor wijnminiatures te zijn, terwijl blikjes worden genoemd als het volgende grote ding in wijn, we moeten dit nog zien vertalen in harde verkopen.

Terwijl blikken in de categorie voorgemengde gedistilleerde dranken zeker werken, sta ik sceptisch tegenover hun succes in wijn, maar het formaat heeft zeker de interesse gewekt van zowel kopers als winkeland publiek en is beter geschikt voor evenementen en festivals.

Is de toekomst miniatuur?

Miniatuurflessen wijn leveren de industrie veel geld op, dat is de eerste reden waarom ze worden aangeboden, maar ze WERKEN omdat consumenten ze echt willen kopen.

Deze positieve cirkel zal zich het komende decennium blijven voortzetten en we zullen grotere, betere en gedurfdere innovaties op de voorgrond zien treden. Deze positieve cirkel zal zich het komende decennium blijven voortzetten en we zullen grotere, betere en gedurfdere innovaties op de voorgrond zien treden.

Natuurlijk blijven flessen van volledige grootte de standaard, maar aangezien inflatie en de uitdagende economie het komende jaar de consumentenbestedingen zullen blijven bepalen, zal de markt voor kleinere, meer betaalbare smaken van luxe zo mogelijk veerkrachtiger blijken te zijn.

De wijnindustrie heeft vele miljoenen ponden geïnvesteerd om wijnblikjes te laten werken, en in het belang van iedereen hoop ik dat ze deel uitmaken van het landschap dat vooruitgaat, maar ze moeten nog de hoogten bereiken waarop retailers en merkeigenaren groot inzetten!

Kansen schenken

Een gebied waar bedrijven zeker van kunnen zijn, is de cadeaumarkt, die al vele jaren aantoonbaar groeit. Merken zoals Beams International en Blue Tree hebben genoten van het succes van het verpakken van kleine flesjes wijn met geschenken zoals kaarsen, chocolaatjes, mooi glaswerk en de verkoop ervan in supermarkten en online.

De consument betaalt graag een meerprijs voor een 'sleutelklaar' cadeau, en met merken als Freixenet en Barefoot die erbij betrokken raken, kunnen ze ook merken kopen die ze kennen en vertrouwen.

Ook de mogelijkheden voor de horeca/sommeliers zijn enorm. Klanten die per 2 aan tafel zitten zijn niet meer gebonden aan één (max. twee) flessen maar kunnen door miniatures zich gemakkelijk een minatuur per menu-gang laten bevallen en op die manier hun avond perfectioneren.