



¿Existen vinos pensados para los menores de 30 años?

¿Cuál es la preferencia de estos consumidores?

Moda & tendencia: los factores que cambiaron el consumo.

Jóvenes sub 30: El nuevo mercado de los vinos

Sí, es cierto: cada vez son más los jóvenes que se incursionan en el mundo de los placeres y cada vez son más los que quieren aprender sobre los vinos; la histórica tendencia de consumir buenas cosechas dejó de ser exclusiva para los ejecutivos *bonvivant* y los viajeros frecuentes que vuelan 30 veces al mes: durante los últimos años, la generación de los Sub30 es el segmento que más creció y son los que marcan la moda, la tendencia y el mercado del consumo del vino. Algunos buscan etiquetas tradicionales, otros prueban productos innovadores, pero todos son compradores impulsivos y eufóricos que quieren estar al día con las novedades

vitivínicas. ¿Por qué? Y bueno, el vino está de moda –ninguna novedad, ¿no?– y hoy en día quien no sabe de vinos es considerado como un *old fashion* que está *re-out!!* Y sobre todo si es un menor de 30.

Muchos Sub30 consumen productos caros y de moda, eligen *packagings* atractivos, diseños llamativos o simplemente, pro-

ductos nuevos, vinos con cortes novedosos. A la hora de comprar un vino –la gran mayoría de los Sub30 carecen de un paladar definido–, su consumo se guía más bien por la estética, la imagen y el concepto. No se fija tanto en cuánto gasta sino en cómo queda ante sus pares al consumirlo. ¿Cuántas veces vimos al galancito de la mesa de al lado pidiendo el vino más caro del restaurante por el solo hecho de querer lucirse ante su novia o amigos cuando de vinos no entiende nada? Como diría Isidoro Cañones: “la apariencia es lo que más importa ante los ojos de otros.” Y parece que muchos siguen sus dichos.



La generación de los Sub30 son por lo general consumidores aventureros; muy pocos son los que a rajatabla compran etiquetas tradicionales o alguna botella de un vino que ya probó y le gustó. Justamente por eso, muchas empresas han diseñado estrategias de comunicación en sintonía con campañas gráficas representando jóvenes *cool* con mujeres hermosas que consumen vinos en diferentes situaciones: reuniones, eventos sociales, fiestas. Inclusive existen vinos que nacieron pensados para ser consumidos por este público joven: el caso más conocido es el de los frizzantes. A más de ocho años del primer lanzamiento (el pionero fue New Age, quien todavía lidera el mercado), aun siguen siendo los preferidos de muchos catadores de 30 “pirulos”. Otro producto pensado para incentivar el consumo de los más jóvenes fueron los vinos mal llamados *light* o *soft*, aquellos vinos que poseen una graduación alcohólica mucho menor y que actualmente ya casi no encontramos en el mercado. Fueron considerados vinos para mujeres, como los rosados.

¿Se puede saber con exactitud qué tipos de vinos prefieren los Sub30? En el reciente Concurso Vinos Sub30, los resultados indican que los jóvenes prefieren más el tinto antes que el blanco, algo de madera, nada de rosados y muy poco el blanco dulce tardío. Esto coincide con el estudio de mercado actual: los tintos son el color preferido de todas las edades y el rosado casi no existe. ¿Y el blanco? Bien, gracias. En una época lideraba el mercado pero ahora sólo tiene protagonismo secundario...

Los resultados del concurso sub30 no necesariamente reflejan la preferencia de todos los consumidores menores de 30; el panel de jurado estaba integrado por personas con mayor formación que la del consumidor promedio y muchos han probado grandes vinos nacionales

UNDER 30's: THE NEW WINE MARKET

Do wines aimed at under 30's exist? What are the preferences of these consumers? Fashion and tendencies: the factors that affect consumption.

Yes, it is true: ever younger people are delving into the world of pleasures and every time there are more who wish to learn about wines; the historic tendency to drink good harvests has long stopped being merely the privilege of high flying executives and frequent flyers who fly 30 times a month. During the last few years, the generation of under 30's has been the fastest growing market and the market that influences the fashion, the trends and the total consumption of wine. Some search for traditional labels, others try innovative products, but they are all impulsive and exuberant buyers eager to be up to date with any new wine. Why? Well wine is fashionable – not news, is it? – and nowadays anyone who doesn't know about wine is considered old fashioned and out of touch!! And even more so if they are under 30. Many under 30's consume expensive, fashionable things; they choose attractive packaging, appealing designs or simply new products, wines with a novel touch. At the moment of purchasing a wine – the vast majority of the under 30's lack a developed palate –, their consumption is guided much more by aesthetics, image and the concept. They pay less attention to what they spend; instead focussing on how it appears to their peers on drinking. How many times does the flash guy at the table next to us order the most expensive wine in the restaurant in order to impress their girlfriend or mates when they understand nothing of wines? As Isidoro Canones said: "Appearance is what matters most to the eyes of others". And it seems many agree with her words.

The generation of under 30's are generally adventurous drinkers: very few tow the line buying traditional labels or a bottle that they have tried before and they liked. Specifically due to this, many companies have designed campaign strategies in synthesis with advertising that represent young cool people with beautiful women who drink wine on different occasions: meetings, social events, parties. There even exist wines that have been created explicitly to be consumed by this young public: one of the most well known cases being that of the frizzante wines. Even 8 years after their launch (the pioneers were New Age, who still lead the market), they remain the first choice of many "tasters" of less than thirty years.

Another product thought up to attract the spending of the youngest were the wines that were wrongly described as 'light' or 'soft', those wines that possessed a much lower alcoholic content that now are difficult to find on the market. They were considered women's drinks, like rosé wines.

Is it possible to know exactly what types of wine the under 30's prefer? At the recent Under 30's Wine Competition, the results indicated that young people prefer red over white, slightly woody, no rosé and very little sweet mature dessert wines. This coincides with the market research: red is the preferred colour of all ages and rosé barely exists anymore. What about white? Well, it once led the market but now it is firmly in second place...

Personally, I don't believe that the results of the under 30's competition reflected the preferences of the under 30 consumers as a whole; the judging panel was made up of people with greater experience than the average buyer and many tried great national and international wines that are not within reach of everybody. How many under 30's get the chance to try European, Australian, South African or Californian wines? How many young people have access to a high class tastings or could try rare vintages? Very few. Does there exist an easy way to know what young people are drinking these days? You'd have to traipse round the nightlife circuits, checking the restaurants, consulting the strongholds, and draw up a transparent and fitting account: the favourite wine could be a well known brand, an unknown winery, a nice frizzante or a bubbly sparkling wine. In different times different wines impose themselves on the market: Suter Etiqueta Marrón, Nuestra Borgoña Bianchi, Calvet Brut, Valmont, Rincón Famoso, Etchart Privado, López, Carcassone, Toro Viejo, etc. Many of us are influenced by what our parents or relatives drink and choose the same even though we are energetic under 30's in 2004, don't we? Inheritance of the palate, they say.

In the current market there exists a wide range of young wines, to keep, to open, varieties, with exclusive designs, of limited edition, for exportation, etc, etc. At the end of the day there is something for all tastes, of all colours and for all ages. I am under 30 and I love a good Merlot. What about you? What is your favourite wine? I bet it's a red?



e internacionales que no se encuentran al alcance de todos. ¿Cuántos sub30 pudieron probar vinos europeos, australianos, sudafricanos, californianos?

¿Cuántos jóvenes tuvieron acceso a una cata vertical o pudieron probar cepajes raros? Muy pocos.

¿Existe alguna forma fácil para saber qué toman los jóvenes hoy en día? Habría que recorrer los circuitos nocturnos, chequear los restaurantes, consultar en los reductos, realizar una encuesta transparente e idónea: el vino preferido puede ser de una marca conocida, de una bodega totalmente desconocida, de un

frizzante simpático o de un espumoso burbujeante. En diferentes épocas diferentes vinos se impusieron en el consumo de la gente liderando el mercado: el Suter Etiqueta Marrón, Nuestra Borgoña Bianchi, el Calvet Brut, el Valmont, el Rincón Famoso, el Etchart Privado, el López, el Carcassone, el Toro Viejo y otros. Muchos de nosotros nos vemos influenciados por lo que consumían nuestros padres y tíos y pedimos lo mismo a pesar de ser enérgicos Sub30 en el 2004. Herencia de paladar, le dicen.

En el mercado actual existe una amplia oferta de vinos jóvenes, de guarda, de corte, varietales, con diseños exclusivos, de partidas limitadas, de exportación y de pocas botellas. En fin, hay de todo, para todos los gustos, de todos los colores y para todas las edades. Soy un sub30 y amo los buenos Merlots. Y vos, ¿cuál es tu vino preferido? Apuesto a que es un tinto.



Vino Sub 30

Organizado por ArgentineWines.com, con el patrocinio del Fondo Vitivinícola Mendoza y el Centro de Licenciados en Enología y en Industria Frutihortícola de la República Argentina (CLEIFRA), se realizó el concurso durante los días 27, 28 y 29 de julio con un jurado integrado por sommeliers & periodistas especializados de hasta 30 años: Carolina Cicchinelli, Sabrina Cuculiansky, Carolina Etcheverry, Lucrecia Fernández, Noelia Gómez, Agustín Lanús, Yu Sheng Liao, Vanina Lombardi, Sebastián Maggi, Natalia Páez y Valeria Rodríguez.



**Medalla de Oro
(de 89 a 93 puntos)
Gold Medal
(89 to 93 points)**

Del Fin del Mundo
Reserva Pinot Noir
2003

Medalla de Plata (de 84 a 88 puntos) Silver Medal (84 to 88 points)

Antis Reserve Tinto 2003
Del Fin del Mundo Malbec 2003
Del Fin del Mundo Merlot 2003
Escorihuela Gascón Malbec 2003
Escorihuela Gascón Syrah 2003
Finca del Marqués Reservado
Tempranillo 2003
Graffigna Centenario Cabernet
Sauvignon 2003
Montefalcone Cabernet Sauvignon 2003
Navarro Correas Gran Reserva
Malbec 2003
Terrazas Reserva Syrah 2001

Trivento Dulce Natural 2003
Valbona Reserva Bonarda 2002
Viña el Cerno Antiguo
Viña el Cerno Cabernet Sauvignon
1999
Viñas de Atilio Avena Roble
Cabernet Sauvignon 2001
Viñas de Narvaez Malbec 2003
Viñas de Narvaez Sauvignon Blanc
2003
Viñas de Narvaez Syrah 2003
Weinert Cosecha de Otoño 2003
Xumek Syrah 2002

**Mención de Honor
(de 79 a 83 puntos)
Honorary Mention
(79 to 83 points)**

Finca Santa María
Cabernet Sauvignon 2003
Valdeviña Pinot Noir 2003
Weinert Carrascal 2002

Under 30's Wine Competition

Organised by ArgentineWines.Com, supported by the Mendozaan Viticulture Fund and the Centre of Graduates in Wine Studies and Industrial Fruticulture of the Republic of Argentina (CLEIFRA), the competition ran from the 27th to the 29th of July with a panel made up of wine tasters and specialised journalists of up to 30 years of age: Carolina Cicchinelli, Sabrina Cuculiansky, and Carolina Etcheverry, Lucrecia Fernández, Noelia Gómez, Agustín Lanús, Yu Sheng Liao, Vanina Lombardi, Sebastián Maggi, Natalia Páez and Valeria Rodríguez.