



Una encuesta demuestra que los cierres de aluminio son la primera elección para los consumidores

Pero, ¿se están enterando los enólogos y productores?

Marzo de 2014. Una encuesta exhaustiva entre 6.000 consumidores, realizada por IPSOS*, para descubrir las preferencias del consumidor sobre cierres de vinos y bebidas alcohólicas ha confirmado que la mayoría prefiere un cierre de aluminio, frente a otras opciones, por su comodidad.

El estudio, que se llevó a cabo en los cinco principales mercados europeos (Francia, Alemania, Italia, España y el Reino Unido) y en los Estados Unidos, fue encargado por los fabricantes y proveedores europeos de cierres de aluminio que son miembros de la EAFA Closures Group, parte de la Asociación Europea del Papel Aluminio (EAFA).

Los cierres de aluminio también sacaron mejor nota cuando se preguntó a los consumidores acerca de sus preferencias al volver a cerrar una botella de vino sin terminar para ser consumida posteriormente. Cuatro de cada diez encuestados confirmaron que habían tirado el vino de una botella cerrada con un tapón de corcho que se había echado a perder o estaba en mal estado.

En países donde los cierres de aluminio tienen una baja penetración de mercado, no se entiende bien la comodidad que realmente ofrecen. Pero incluso en estos países, la mayoría de los que respondieron a la encuesta reconoció que los cierres de aluminio son una opción más cómoda que los tapones de corcho u otros tipos de cierre a la hora de volver a cerrar las botellas. Así que, está claro que es necesario ofrecer más posibilidades a los consumidores.

Cuando se les pidió comparar sus intenciones de compra de la misma botella de vino con diferentes cierres, más de un tercio dijo que preferirían comprar vinos con un cierre de aluminio mientras que una cuarta parte admitió que el tipo de cierre no influiría en su compra.





COMMUNICADO DE PRENSA

En la actualidad, sólo el 30% de los consumidores relaciona el reciclaje fácil y total con los cierres de aluminio. Esto refuerza los continuos esfuerzos de la industria por promover de manera más activa las ventajas del reciclaje, ya que en Europa se recicla hoy más del 40% de los cierres de aluminio.

Por último, la encuesta mostró que, entre los consumidores más jóvenes, y en particular las mujeres, se da una fuerte preferencia por los cierres de aluminio.

Como esta penetración en el mercado aumenta en toda Europa y los EE.UU., se espera que las cifras favorables a los cierres de aluminio aumenten aún más. Esto hará incrementar la presión sobre los productores de vino y los minoristas para ofrecer mayores opciones en el futuro.

** IPSOS es la tercera mayor agencia de investigación de mercado, con más de 80 oficinas en todo el mundo.*

Más información:

Guido Aufdemkamp

Director de Comunicación EAFA

Acerca de la campaña "Cierres de aluminio - Giro de 360°":

La campaña "Aluminium Closures - Turn 360°" ofrece información detallada sobre las muchas ventajas de este cierre con la actual técnica de fabricación de aluminio. La campaña está diseñada para atraer, en particular, a los directivos del sector vinícola, intentando dar "qué pensar" con respecto a la eficiencia de los recursos, la sostenibilidad y el reciclaje de tapones de aluminio. Fue lanzada por los principales fabricantes europeos de cierres de aluminio y tapones de rosca miembros de la Asociación Europea del Papel de Aluminio (EAFA) y apoyados por sus proveedores. Los miembros de EAFA representan más del 80% de la producción mundial de cierres de aluminio para vino.

Acerca de EAFA:

La Asociación Europea del Papel Aluminio (European Aluminium Foil Association) es el organismo internacional que representa a laminadores y fabricantes de cierres de aluminio, recipientes, papel aluminio de hogar y todo tipo de envases flexibles. Sus más de 100 empresas asociadas tienen sus sedes en el oeste, centro y este de Europa. Fundada en 1974, tiene sus raíces en asociaciones que datan de la década de 1920. Fundada en 1974, tiene sus raíces en asociaciones que datan de la década de 1920.