

# Alcolici, diversificare il portafoglio: le categorie tradizionali sono obsolete?

scritto da Emanuele Fiorio | 20 Settembre 2023



L'industria delle bevande sta vivendo una profonda trasformazione, le linee di demarcazione tradizionali tra le categorie di prodotti stanno diventando sempre più sfumate. Le aziende di birra, vino, spirit e bevande analcoliche stanno adottando un **approccio più olistico per catturare una gamma più ampia di preferenze dei consumatori e occasioni di consumo**. Questo fenomeno è una risposta diretta ai **mutamenti nei comportamenti dei consumatori**, che stanno sperimentando con una maggiore frequenza diverse tipologie di bevande.

Una ricerca condotta da IWSR ha evidenziato un aumento nell'interesse dei consumatori per nuovi prodotti nel settore delle bevande alcoliche. Nel primo semestre del 2021, per

quanto riguarda le nuove proposte, la birra (artigianale e non) si è dimostrata una categoria forte in 10 mercati chiave. Anche gli hard seltzer, il vino e il whisky giapponese hanno attirato l'attenzione dei consumatori. Questa situazione segnala una **crescente diversificazione nelle scelte delle bevande alcoliche**.

Le aziende del settore stanno rispondendo in modo proattivo a questa tendenza, muovendosi verso categorie inesplorate per diversificare il proprio portafoglio. Alcuni stanno addirittura pianificando la possibile riduzione di alcuni loro brand o categorie principali. Questa diversificazione consente alle aziende di posizionarsi meglio per affrontare i cambiamenti nei gusti dei consumatori e le **sfumature sempre più velate tra le bevande alcoliche, analcoliche e prodotti come il CBD** (cannabidiolo, composto chimico presente nella cannabis sativa).

## Esempi concreti

Un esempio lampante di questa tendenza è **l'acquisizione di una quota di maggioranza di Distell** (azienda produttrice e distributrice di distillati, vini, sidro e RTD con sede a Stellenbosch, in Sudafrica) **da parte di Heineken**. Inoltre, si è parlato di una possibile fusione tra Monster Beverage Corp, specializzata in bevande analcoliche, e Constellation Brands, attiva nel settore delle bevande alcoliche.

Tuttavia, **questa convergenza tra le categorie non è una novità degli ultimi anni**. Già nel 2016, AB InBev aveva riconosciuto questo cambiamento e annunciato un aumento degli investimenti nel loro portafoglio Beyond Beer, che ha contribuito a generare 1,2 miliardi di dollari di ricavi nel 2020. Questo portafoglio comprende prodotti come il vino in lattina, gli hard seltzer, i cocktail RTD e le bevande alcoliche aromatizzate a base di malto fermentato (FMB, Flavoured Malt Beverage).

**E&J Gallo è proprietaria di High Noon, l'hard seltzer a base di vodka più venduto negli Stati Uniti ed ha acquisito RumChata, un liquore a base di panna. La linea di vodka New Amsterdam dell'azienda sta ottenendo buoni risultati, e ulteriori incursioni nel settore degli spirit fanno parte della strategia di crescita.**

**Molson Coors, ad esempio, ha ridotto il suo portafoglio eliminando 11 marchi di birra** che comprendevano 100 SKU (Stock Keeping Unit, sequenza univoca di caratteri e numeri associata a un prodotto), concentrandosi sulla razionalizzazione e sulla valorizzazione del proprio portafoglio.

**Inoltre, molte aziende cercano opportunità di crescita a margine più elevato, spostandosi dai settori della birra o del vino ai distillati.**

## **Nuovo approccio intercategoriale al mercato**

Sebbene la convergenza delle categorie non abbia ancora completamente trasformato il settore delle bevande, le aziende stanno sperimentando i benefici di questa nuova strategia. Oltre ad approfondire la comprensione delle categorie adiacenti e concorrenti, stanno promuovendo l'innovazione e sfruttando **sinergie tra i diversi settori. Questo cambiamento di visione potrebbe portare a ulteriori fusioni e acquisizioni intercategoriale.**

Le aziende del settore, soprattutto quelle di grandi dimensioni, stanno sviluppando un nuovo approccio al mercato, concentrandosi su **prodotti che si adattano alle occasioni di consumo anziché limitarsi a categorie specifiche.** Questo approccio più ampio consente loro di essere più flessibili e innovative nel soddisfare le mutevoli esigenze dei consumatori, aprendo la strada a un **futuro in cui le categorie tradizionali potrebbero non avere più confini definiti.**