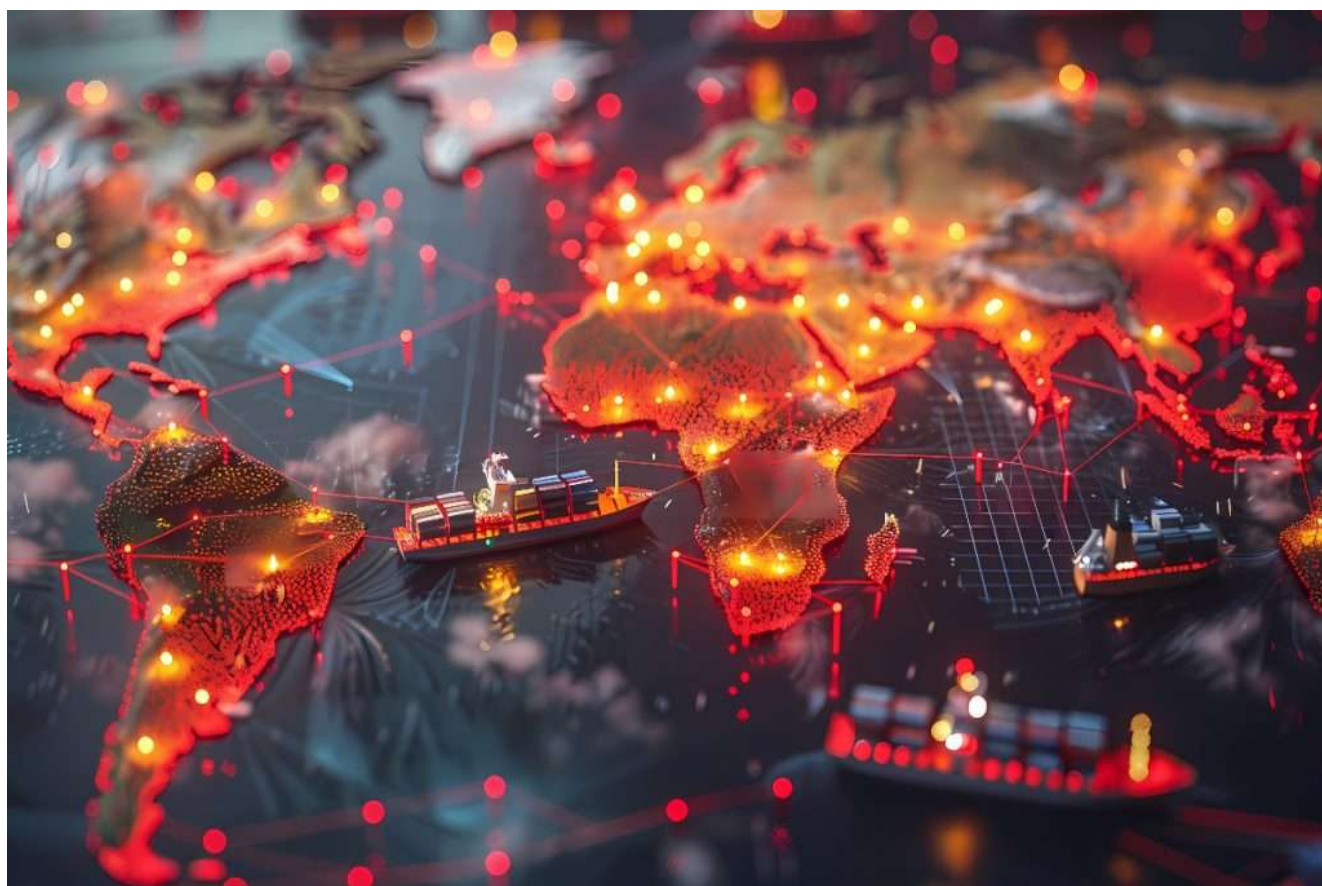


Mercato alcolici: il ruolo sempre più centrale dei mercati emergenti

scritto da Emanuele Fiorio | 29 Settembre 2024



Negli ultimi anni, il panorama globale delle bevande alcoliche ha subito un cambiamento significativo. Secondo le recenti analisi pubblicate da IWSR, **il baricentro della crescita si è spostato dai mercati maturi verso quelli in via di sviluppo**, creando nuove opportunità per i produttori e gli esportatori, ma anche sfide operative e rischi considerevoli.

Emily Neill, Chief Operating Officer of Market Research di IWSR, sottolinea che il mercato globale delle bevande alcoliche si trova oggi in “un ambiente commerciale più complesso e incerto” rispetto al passato. “L’asse della crescita si è spostato, le crescite in valore ora provengono principalmente dai mercati in via di sviluppo, il che comporta

livelli più elevati di rischio aziendale”, afferma Neill.

Secondo le previsioni IWSR, **i mercati che guideranno l'incremento del valore** delle bevande alcoliche nei prossimi cinque anni saranno **India, Cina e Stati Uniti**. Dopo un 2023 difficile, in cui il valore globale TBA (total beverage alcohol) è aumentato solo del +1%, i futuri incrementi di valore saranno guidati da India, Cina e Stati Uniti che si prevede raggiungeranno complessivamente **30 miliardi di dollari di valore incrementale entro il 2028**.

Tuttavia, i mercati con i cambiamenti più significativi in termini di valore includono anche Brasile (previsioni CAGR +2% 2023/2028), Messico (+3%), Sudafrica (+3%), Vietnam e Nigeria. Complessivamente, questi mercati emergenti cresceranno di **circa 14,4 miliardi di dollari entro il 2028**, rafforzando ulteriormente il loro ruolo di motori della crescita globale.

India e Cina sono destinati a essere i principali protagonisti della crescita nel settore delle bevande alcoliche. **L'India, in particolare, vedrà un incremento straordinario, con una crescita prevista del 4% annuo composto (CAGR) fino al 2028**, risultando in un aumento del valore di circa 7,6 miliardi di dollari. Questo è un risultato notevole, considerando che il mercato indiano delle bevande alcoliche è meno sviluppato rispetto a quelli dei mercati maturi, ma sta beneficiando di un **quadro normativo sempre più favorevole in alcuni Stati chiave** e di una crescita significativa della popolazione adulta.

“La crescita prevista per l'India è davvero notevole”, commenta Neill, “soprattutto se consideriamo che il mercato statunitense, nonostante sia quattro volte più grande in termini di volume e quasi sei volte più grande in termini di valore, avrà un tasso di crescita annuale molto più modesto, pari allo 0,8%”.

Leggi anche: [Mercato vino India: troppo promettente per essere](#)

ignorato

Nonostante le opportunità, operare in mercati emergenti non è privo di sfide. I mercati in via di sviluppo sono spesso **caratterizzati da una maggiore volatilità e da un contesto normativo complesso** che richiede un'approfondita conoscenza locale e una capacità di adattamento rapida.

Secondo Marten Lodewijks, Presidente della divisione USA di IWSR, la crescita nei mercati in via di sviluppo sarà alimentata da una combinazione di **aumento della popolazione e crescita della ricchezza**. "Questo si traduce in una crescita sia in termini di volume che di valore in quei mercati".

Contrariamente ai mercati emergenti, i **mercati maturi** come Stati Uniti, Regno Unito, Canada, e Giappone mostrano segni di stagnazione o addirittura di declino nel segmento delle bevande alcoliche. Tuttavia, esistono ancora opportunità, specialmente nel **segmento del vino premium**, che continua a mostrare una crescita positiva in mercati come Stati Uniti, Canada, Giappone e Australia.

"Il mercato statunitense delle bevande alcoliche toccherà oltre 11 miliardi di dollari di valore incrementale entro il 2028", osserva Neill, "ma gran parte di questa crescita sarà concentrata nel segmento premium, che presenta margini più elevati ma anche una concorrenza agguerrita".

Il settore globale delle bevande alcoliche si sta dirigendo verso un nuovo paradigma, in cui **i mercati emergenti svolgeranno un ruolo sempre più centrale**. Tuttavia, operare in questi mercati richiederà una maggiore tolleranza al rischio e una capacità di adattamento alle dinamiche locali. In definitiva, come afferma Neill, "Se i brand vogliono orientarsi verso i nuovi mercati in crescita, dovranno trovare un modo per **operare con una maggiore propensione al rischio**".