

USA, mercato analcolici: Millennials guidano la scalata

scritto da Emanuele Fiorio | 29 Settembre 2024



Negli ultimi anni, il mercato delle bevande analcoliche negli Stati Uniti ha visto una crescita senza precedenti. Alla guida di questo trend troviamo i Millennials, una generazione che sta ridefinendo il concetto di consumo responsabile e sta spingendo sempre più aziende a investire in prodotti innovativi e alternativi. Secondo l'ultima **analisi di IWSR Bevtrac**, i Millennials sono il gruppo demografico principale che sta trainando la domanda di bevande no-alcohol (birra, distillati, vino), con tassi di partecipazione e consumo in costante aumento.

Un mercato in espansione: i dati chiave

Nel solo mese di aprile 2024, il 13% dei consumatori statunitensi ha dichiarato di consumare sia bevande alcoliche che analcoliche, un incremento significativo rispetto al 7% dell'anno precedente. Questo aumento è particolarmente evidente tra i **Millennials**, dove la partecipazione ha raggiunto il 22%, ben al di sopra della Generazione Z (15%) e della Generazione X (11%). Secondo Nastya Timofeeva, Senior Insights Manager di IWSR, "La categoria delle bevande no-alcohol sta guadagnando popolarità tra i consumatori americani, e questo aumento è in gran parte dovuto ai **Millennials**".

Questo crescente interesse ha alimentato un'espansione del mercato: le **vendite di bevande no-alcohol sono aumentate del 20% nel 2023, e si prevede una crescita CAGR del 17% tra il 2023 e il 2028**. La disponibilità di prodotti più sofisticati e variegati ha giocato un ruolo cruciale in questa crescita, facilitando l'accesso a un numero sempre maggiore di consumatori.

Perché i Millennials?

Ci sono tre principali ragioni per cui i Millennials stanno trainando questa tendenza. In primo luogo, questa generazione ha una **maggior disponibilità economica e tende a socializzare più frequentemente** rispetto ad altre fasce d'età. Il miglioramento della situazione finanziaria personale ha portato molti Millennials a trascorrere più tempo fuori casa e in contesti sociali, favorendo il consumo di bevande in occasioni conviviali. Tuttavia, ciò non significa necessariamente un maggiore consumo di alcol. Anzi, la propensione verso una maggiore moderazione ha aperto la porta a un'esplorazione più approfondita delle opzioni analcoliche.

Inoltre, i Millennials statunitensi si distinguono per il loro **approccio curioso e sperimentale** verso nuove categorie di

prodotti. "I Millennials mostrano una forte tendenza a provare nuovi prodotti nel segmento no-alcohol, dimostrando un'elevata apertura mentale", spiega Timofeeva. Questo **spirito di scoperta** si traduce in un maggiore consumo di bevande analcoliche non solo in sostituzione dell'alcol, ma anche come scelta principale in diverse occasioni.

Infine, un terzo fattore chiave è la **stagionalità del consumo**. Molti Millennials aderiscono a iniziative come il "Dry January" o decidono di astenersi dall'alcol per un mese o più, principalmente per motivi di salute. Secondo i dati IWSR, il 31% dei Millennials americani si astiene dall'alcol per un periodo prolungato ogni anno, rispetto al 21% della popolazione generale. Questa **astinenza temporanea** rappresenta spesso un'opportunità per scoprire nuove bevande no-alcohol che, una volta integrate nella routine, restano una scelta regolare anche oltre i mesi di astinenza.

Offerta più sofisticata e variegata

La crescita delle bevande analcoliche non si limita a un solo tipo di prodotto. Nel 2024, il 61% dei consumatori di birra analcolica negli Stati Uniti sono Millennials, rispetto al 45% dell'anno precedente. Anche i distillati e i vini analcolici hanno visto una forte espansione tra questa fascia d'età, i Millennials rappresentano rispettivamente il 66% e il 59% dei consumatori.

Questa leadership si spiega con l'ampia gamma di prodotti oggi disponibili sul mercato americano, che rispondono alle esigenze di un consumatore più esigente. "I produttori hanno risposto a questa domanda con un'offerta sempre più sofisticata e variegata, capace di soddisfare anche i palati più raffinati", aggiunge Timofeeva. I giorni delle bevande analcoliche insipide e poco attraenti sono ormai lontani: oggi, le **opzioni sul mercato offrono complessità di sapori e qualità** che non hanno nulla da invidiare alle loro controparti alcoliche.

Equilibrio tra divertimento e salute

L'approccio dei Millennials statunitensi riflette un equilibrio tra indulgenza e moderazione. Molti di loro sono ancora consumatori frequenti di bevande alcoliche, ma sempre più spesso scelgono alternative no-alcohol per determinati momenti sociali o per motivi di salute. Secondo IWSR, **quasi la metà dei Millennials che acquistano bevande analcoliche lo fanno come sostituti delle bevande alcoliche in specifiche occasioni.** Questo equilibrio tra il desiderio di divertirsi e la necessità di mantenere uno stile di vita salutare è una delle chiavi del successo delle bevande analcoliche.

Guardando avanti, è chiaro che negli Stati Uniti **la domanda di bevande analcoliche continuerà a crescere.** I Millennials, con la loro apertura mentale, la loro voglia di esplorare nuovi prodotti e la loro attenzione alla salute, stanno tracciando la strada per il futuro del consumo di bevande. E mentre i produttori continuano a rispondere con prodotti innovativi e di alta qualità, è probabile che sempre più consumatori, anche al di fuori di questa generazione, abbraceranno il trend delle bevande analcoliche.

Temi chiave	Descrizione
Crescita mercato bevande no-alcohol	Espansione mercato bevande analcoliche negli USA, crescita 20% nel 2023 e previsione di +17% CAGR tra il 2023 e il 2028.
Ruolo Millennials	Protagonisti crescita, 61% dei consumatori di birra analcolica nel 2024.
Motivazioni moderazione	I Millennials cercano equilibrio tra consumo di alcol e benessere, 31% si astiene dall'alcol per almeno un mese all'anno per motivi di salute.

Temi chiave	Descrizione
Sostituzione occasionale dell'alcol	Molti Millennials scelgono di alternare bevande alcoliche e analcoliche in diverse occasioni, senza rinunciare del tutto al piacere del bere.
Stagionalità consumo	Le iniziative come “Dry January” incentivano i Millennials americani a provare bevande no-alcohol, favorendo aumento vendite in alcuni periodi dell’anno.