

Usa e Regno Unito: le abitudini di consumo tra nuovi e vecchi trend

scritto da Agnese Ceschi | 28 Maggio 2020



Come sono cambiate le abitudini di consumo negli Usa e nel Regno Unito da quando la nube delle restrizioni o del lock-down hanno colpito i due Paesi anglosassoni?

Il lock-down o le restrizioni hanno indubbiamente accelerato alcuni trend di consumo e ne hanno confermato altri che prima del Covid-19 erano latenti.

Secondo i recenti dati [Nielsen](#), raccolti fino al 9 maggio per tutto il periodo dall'inizio delle misure restrittive contro la pandemia, che testimoniano le vendite nei canali e-commerce e off-trade, non solo sono cambiati i modi con cui i consumatori acquistano, ma anche i prodotti.

Siamo stati portati a pensare che **durante la chiusura forzata in casa le persone abbiano consumato più alcolici** di prima, ciò è stato testimoniato da un aumento importante di acquisto

di questa categoria di bevande nell'off-trade e nell'on-line. Questo non è necessariamente consequenziale ad un calo delle bevande analcoliche, come pensano in molti. Al contrario, infatti, **i dati ci testimoniano come le vendite di birra analcolica, ad esempio, siano aumentate del 44% rispetto allo stesso periodo lo scorso anno.**

Questo fenomeno è la dimostrazione del fatto che, nonostante le persone si siano adattate ad una nuova normalità, **la novità di bere più alcolici durante il lock-down non si sta dimostrando così forte** e la moderazione continua la sua corsa come prima della pandemia.

È interessante notare come anche, fuori dal mercato americano, molti brand di birre analcoliche e *spirits* abbiano fan leali e intenzionati a fare scorta di queste categorie di prodotto.

Parlando di scorta: le dispense sono ben fornite.

Continua infatti la corsa al **riempimento delle dispense di casa** in questi due Paesi anglosassoni in cui nella maggior parte dei casi le persone non stanno ancora frequentando bar e ristoranti (ad eccezione di qualche Stato americano che sembra aver reagito bene e riaperto i locali pubblici).

La **birra e il sidro** hanno raggiunto punti di 1 miliardo di dollari la settimana del 9 maggio, secondo Nielsen. E dunque cosa emerge da questi dati?

Non possiamo non constatare come le persone sembrano acquistare in **grandi quantità e formati maxi** questi prodotti, che consentano loro di fare scorta per lungo periodo.

Come dichiarato da **Danelle Kasmal di Nielsen** a The Drink Business, nelle ultime settimane la maggior parte delle persone preferisce comprare di più in previsione di un esaurimento delle scorte, piuttosto che ritrovarsi con le scorte esaurite e dover fare spese più importanti in una sola volta.

Un altro interessante dato emerso dall'analisi Nielsen dipinge la **preferenza delle persone per l'acquisto di *spirits* rispetto al vino e alla birra**, perchè vogliono avere qualcosa in casa

che non debba essere riacquistato frequentemente.

Infatti i dati confermano un aumento del 48,5% della vendita di spirits nel casale off-trade rispetto allo scorso anno.

L'**e-commerce** continua a giocare un **ruolo da protagonista**.

Le vendite on-line negli USA hanno subito un'impennata che tocca percentuali incredibili: nella settimana nel 9 maggio è stato registrato un +338,8% rispetto all'anno prima.

Ancora più incredibile la percentuale registrata dal birra inglese Jubel: +1400% dell'inizio del lock-down.

Ciò ha permesso ai brand di rivedere le proprie strategie di marketing. Nel Regno Unito infatti le spese in pubblicità nei canali tradizionali sono calate del 5% a marzo 2020, mentre quelle legate all'on-line hanno avuto un aumento del 208%.

Questi trend ci dimostrano come dei cambiamenti che erano già in atto nel panorama mondiale siano rimasti in vetta e abbiano continuato la propria corsa, nonostante le restrizioni e la pandemia abbiamo inserito nuove opzioni e abitudini di consumo.

Non sappiamo come regiranno i consumatori quando anche questi Paesi vedranno numeri più incoraggianti e potranno finalmente lasciare andare un pò le maglie delle restrizioni, sicuramente alcuni di questi trend hanno dimostrato di reggere abbondantemente l'onda d'urto della pandemia e con tutta probabilità sapranno rimanere ben saldi ai punti guadagnati in questi ultimi tempi.