

Attenzione al valore: driver di crescita per gli alcolici

scritto da Emanuele Fiorio | 5 Settembre 2022



In uno spazio sempre più complesso e ricco di sfumature, **i brand dovranno concentrarsi sul valore per generare una crescita significativa in futuro.** I dati dell'IWSR mostrano che i distillati sono particolarmente adatti a guidare il processo di premiumisation, ma anche i marchi di birra e vino possono trarre vantaggio dalla tendenza a “bere meno, ma meglio”.

Tuttavia, le tendenze variano da una categoria all'altra e da una regione all'altra, rendendo sempre più indispensabile una conoscenza dettagliata del mercato locale. Inoltre, attualmente vi è un elevato grado di incertezza sugli effetti dell'aumento dell'inflazione in tutto il mondo e sul suo impatto sulla capacità di spesa dei consumatori.

Secondo i dati IWSR, negli ultimi anni gli spirits sono stati i vincitori assoluti per quanto riguarda la generazione di valore: il prezzo medio globale per porzione (esclusi i distillati nazionali come il baijiu) è aumentato con un CAGR del +3,8% tra il 2016 e il 2021, più di vino (+3,4%), birra (+2,3%), RTD (+1,4%) e sidro (+1,1%).

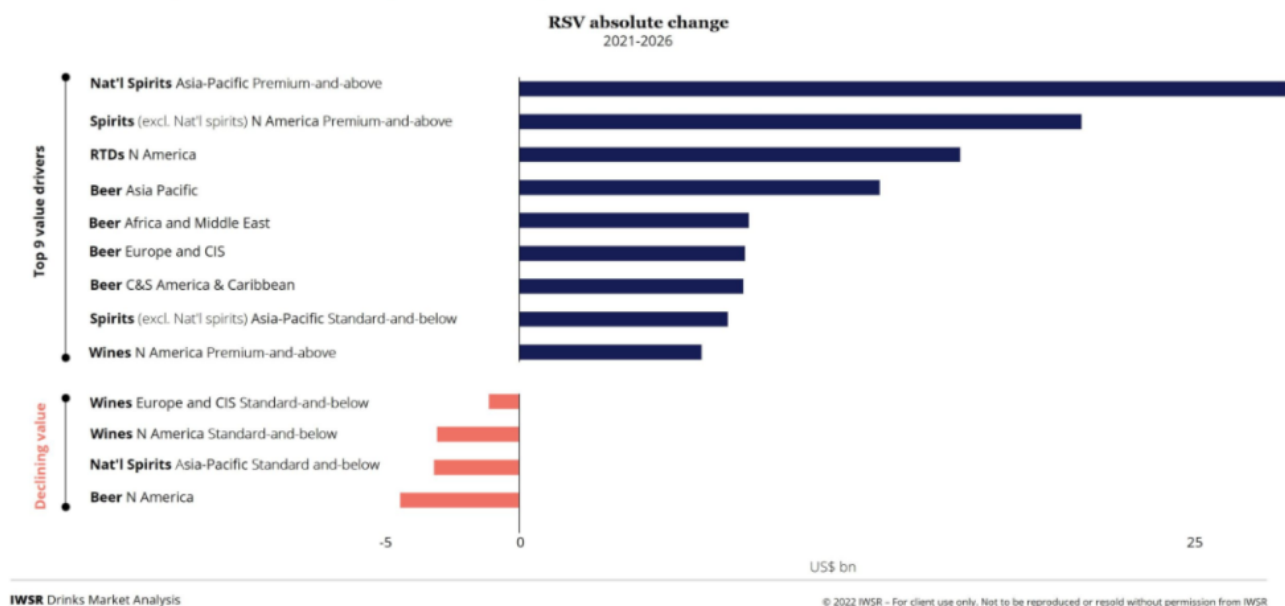
Le previsioni IWSR indicano che questa tendenza continuerà nei prossimi anni, anche se il quadro è più complesso di quanto possa sembrare a prima vista. **Si prevede che la quota in valore degli spirits aumenterà dal 35% nel 2021 al 42% nel 2026, superando birra, vino e RTD.**

Tuttavia, i numeri sono falsati dall'enorme aumento delle vendite di baijiu superior e premium in Cina. Se si escludono i prodotti nazionali – la maggior parte dei quali è rappresentata dal baijiu – la quota di valore globale degli spirits è destinata ad aumentare dal 23% al 27% (2021-26).

Tuttavia, nei prossimi cinque anni i distillati guadagneranno quote di valore in tutte le regioni del mondo, ad eccezione dei Paesi della CSI (Comunità degli Stati Indipendenti, ex URSS), dove il numero rimarrà costante. “Uno dei vantaggi di cui godono i distillati è l'ampio delta tra i prodotti a basso prezzo e standard da una parte e quelli super-premium, ultra-premium e superior dall'altra”, osserva Emily Neill, COO research & operations di IWSR.

Leading Value (RSV) Drivers

Forecasted largest influencers on global beverage alcohol retail sales value



In un momento di maggiore incertezza economica, le aziende del settore degli spirits stanno lottando con una serie di problemi, come l'inflazione, l'aumento dei costi e le persistenti pressioni sulla catena di approvvigionamento, tra cui i ritardi nelle spedizioni e gli aumenti dei prezzi delle materie prime e degli imballaggi.

“La tendenza al rialzo dei distillati premium-plus in Nord America è stata molto significativa durante la pandemia di Covid-19”, afferma Neill. “Ora si tratta di vedere per quanto tempo continuerà, in base alla forza dell'economia statunitense. Al momento c'è molta incertezza, ma vediamo ancora molta domanda per prodotti come la tequila e il whisky di fascia alta”.

Ciononostante, **la priorità del valore rimarrà probabilmente una tendenza dominante per i brand negli anni a venire.** “Gran parte della crescita deriverà dalla premiumisation. Per quanto riguarda il vino, sarà sempre più importante concentrarsi sulla fascia più alta del mercato”, ribadisce Neill.

“Una delle sfide è quella di non perdere di vista la focalizzazione sulla fascia premium, cercando di capire dove

spingere, dato che il settore Horeca è ancora piuttosto in difficoltà in molti luoghi. Allo stesso tempo è importante affrontare le difficili questioni operative e l'aumento dei costi".