Bevande alcoliche: i 5 trends mondiali del 2020

scritto da Emanuele Fiorio | 24 Febbraio 2020



E-commerce e tecnologia

L'IWSR prevede che il canale dell'e-commerce varrà 45,5 miliardi di dollari entro il 2024, superando nei prossimi cinque anni il tasso di crescita del commercio totale. La Cina rimarrà il più grande mercato online per le bevande alcoliche, con un fatturato oltre tre volte superiore a quello degli altri maggiori mercati, Francia e Stati Uniti.

Crescita delle bevande no-alcohol e a bassa gradazione

Sfruttando il trend Health&Wellness, la categoria dei prodotti analcolici e a basso tenore alcolico si sta innovando ed evolvendo in maniera importante, offrendo ai consumatori una maggiore varietà e qualità superiore. I produttori di vino dovranno affrontare la sfida, investendo in ricerca e sviluppo per creare prodotti che piacciano sia in termini di qualità

che di gusto.
Un’altra novità legata alla tendenza Health&Wellness sarà una crescente domanda da parte dei consumatori di prodotti senza glutine, a basso contenuto zuccherino o senza zucchero, con poche calorie e pochi carboidrati.

Etica e innovazione del packaging
Con l’aumento della consapevolezza ambientale dei consumatori, aumenterà la domanda di brands che condividano uno stile di vita etico e sostenibile. La sostenibilità sta avendo un impatto su tutto, dal packaging ai metodi di produzione e all’approvvigionamento degli ingredienti, con i produttori di bevande che si impegnano in attività come la riduzione dei rifiuti, i programmi di packaging eco-compatibile e di impatto ecologico.
I prodotti che sono biologici, vegani, privi di additivi e/o che offrono trasparenza di etichette e ingredienti, andranno incontro all’etica dei consumatori.
Nell’ambito dell’eco-packaging, l’innovazione arriverà dai produttori di bevande che esploreranno modalità di riduzione degli imballaggi, formati di carta, materiali riciclabili o sperimenteranno addirittura la rinuncia completa all’imballaggio. Gli imballaggi premium rappresentano una sfida, in quanto molti contengono oro e metalli non riciclabili.

Le tendenze del packaging saranno anche modellate in base alla domanda dei consumatori, principalmente Millennials.
I vini in lattina sono già popolari in mercati come quello nordamericano. Tuttavia, è probabile che questo formato acquisisca una maggiore popolarità anche nei mercati globali. Le confezioni non in vetro consentono ai prodotti di soddisfare una più ampia varietà di occasioni di consumo, come la spiaggia, gli eventi all’aperto, le manifestazioni sportive e le escursioni. Ulteriori innovazioni da parte dei produttori potrebbero arrivare sotto forma di cocktail alla spina o bag-in-box.

Boom del Gin

Il revival del Gin anche definito “ginaissance”, legato al boom di popolarità del distillato, è supportato dai numeri: nel 2018 il Gin ha registrato un aumento dell’8,3% a livello globale rispetto al 2017. Entro il 2023, la categoria dovrebbe raggiungere un CAGR in volume del 4,2% a livello globale.

Il successo del Gin nel regno Unito è incredibile, una crescita del 32,5%, nessuna categoria potrà ripetere questa performance. Il ritmo di crescita sta fisiologicamente rallentando nel Regno Unito, ma il Gin premium ha ancora margini di crescita in diversi paesi chiave. Gli sviluppi più interessanti per la categoria, tuttavia, verranno dai mercati non tradizionali ed emergenti: Giappone, Nigeria, Messico, Brasile, Sudafrica e Russia.

Premiumisation ed evoluzione del Rum

La tendenza a lungo termine alla premiumisation nella maggior parte dei mercati globali continuerà. Tuttavia, si dovrebbe prestare maggiore attenzione alla premiumisation degli alcolici locali, sia nei grandi mercati come Cina e India, sia nei mercati più piccoli, come i Balcani. Questi prodotti saranno in concorrenza con gli alcolici premium occidentali.

Anche nella categoria dei Rum c’è spazio per la premiumisation e l’innovazione di prodotto. Il Rum premium riposizionerà l’idea di consumo del distillato come bevanda da sorseggiare, allontanando la percezione del consumatore di un alcolico da festa di bassa qualità. La Tequila subirà una trasformazione simile, aumentando la sua riconoscibilità come prodotto premium anche al di fuori del Nord America.