

Bevande alcoliche: i 6 trend del 2022

scritto da Emanuele Fiorio | 26 Gennaio 2022



BevAlc Insights è il portale specializzato di Drizly dedicato ad analisi, dati e approfondimenti sull'industria e sul settore e-commerce delle bevande alcoliche.

Secondo quanto emerge dalle analisi di BevAlc Insights, la pandemia di Covid-19 continua ad avere un forte impatto sull'industria delle bevande alcoliche, nonostante i consumatori e i retailer si siano adattati, per quanto possibile, alla "nuova normalità".

Alcuni comportamenti spinti dalla pandemia – come la tendenza a fare scorte e a preparare cocktail in casa – si sono ridimensionati in seguito alle riaperture, ma **l'e-commerce e le consegne a domicilio di alcolici rimarranno forti anche quest'anno.**

Cory Rellas, CEO di Drizly, non ha dubbi: "Ora che l'e-commerce di alcolici è diventato più mainstream, l'attenzione si sposterà sull'ottimizzazione dell'esperienza del consumatore. Questo potrebbe tradursi in sistemi di

personalizzazione in base alle categorie e alle tipologie di prodotti che i consumatori acquistano più frequentemente e su maggiori informazioni su nuovi prodotti e innovazioni.”

Le 6 maggiori tendenze riguardanti le bevande alcoliche nel 2022 secondo BevAlc Insights:

1 – La tequila crescerà, avvicinandosi alla vodka come distillato più venduto su Drizly

La categoria della tequila ha continuato a crescere nel 2021 e la tendenza è destinata ad accelerare quest’anno.

Attualmente la vodka su Drizly raggiunge una quota del 23% delle vendite della categoria dei distillati, in leggero calo su base annua e mostrando un calo significativo rispetto alla quota del 30% del 2019. La tequila ha visto un aumento del 13% nel 2021 e ora rappresenta una quota del 18% della categoria dei distillati.

I consumatori stanno preferendo la tequila silver/blanco come ingrediente dei cocktail al posto della vodka, mentre le sottocategorie premium (reposado e añejo) sono entrate in competizione con i whisky di fascia alta.

“Quasi l’80% dei retailer ha dichiarato di avere intenzione di acquistare più tequila nel 2022” nota Rellas. “Ci aspettiamo che questa categoria continui la sua traiettoria di crescita, diventando sempre più un punto fermo ed un prodotto di lusso per occasioni speciali e regali”.

2 – I consumatori si aspetteranno di più dall’e-commerce

Le chiusure che hanno riguardato i negozi fisici nel 2020 hanno aumentato l’utilizzo dell’e-commerce e la consegna a domicilio di alcolici.

Nel 2021 l’e-commerce è divenuto una strategia di business essenziale per i rivenditori, piuttosto che una scelta marginale ed opzionale.

L’e-commerce continuerà ad evolversi nel 2022 per soddisfare meglio sia gli acquirenti che i retailer, attraverso la

personalizzazione ed un maggiore accesso alle informazioni sui prodotti.

Rellas sottolinea che: “Lavoreremo con i rivenditori per migliorare e soddisfare le aspettative dei clienti su questioni fondamentali come i tempi di consegna, per emergere in questo mercato sempre più competitivo”.

3 – Le bevande analcoliche continueranno a crescere

Il vino, la birra ed i distillati analcolici hanno mostrato segni di crescita nel 2021, sono le tre sottocategorie in più rapida crescita su Drizly.

La birra analcolica è attualmente al primo posto, mentre gli spirits analcolici hanno registrato la crescita più forte all'interno della categoria dei distillati – fino al **200% rispetto all'anno precedente**.

Anche i rivenditori vedono il potenziale delle bevande analcoliche:

- il 26% ritiene che siano una delle categorie principali per quanto riguarda il potenziale di crescita,
- il 90% dei retailer sulla piattaforma Drizly vende birra, vino e distillati analcolici,
- la quota di bevande analcoliche su Drizly è aumentata del 120% dal 2020.

4 – I competitor degli hard seltzer guadagneranno terreno

La pandemia di Covid-19 ha fatto salire le vendite dei **cocktail ready-to-drink (RTD)** nel 2020, grazie a fattori come la convenienza, la portabilità e la sicurezza che le confezioni monodose hanno garantito nel mezzo di una crisi sanitaria mondiale. La forte crescita è continuata nel 2021 e **la categoria quest'anno è pronta a dare del filo da torcere agli hard seltzer**.

Ad oggi, su Drizly gli RTD rappresentano una quota dell'1,9% delle vendite totali, in crescita rispetto all'1,1% del 2020 ed allo 0,4% del 2019.

Gli hard seltzer rappresentano una quota del 3,5%, ma l'anno scorso per la prima volta, Drizly ha registrato un rallentamento dei tassi di crescita degli hard seltzer e la quota della categoria ha subito perdite su base annua. Questo suggerisce che la categoria degli hard seltzer potrebbe aver raggiunto il suo picco.

Lo conferma Rellas: "Nel 2022 ci aspettiamo che lo spazio sugli scaffali occupato dagli hard seltzer si riequilibri in relazione ad altre alternative".

5 – I consumatori compreranno prodotti locali

I marchi nazionali hanno visto un'impennata durante i lockdown e quest'anno continuerà questa tendenza.

"Nei nostri recenti sondaggi, sia i consumatori che i rivenditori hanno indicato la **produzione locale come una leva di acquisto chiave per quanto riguarda gli alcolici**, in particolare nella categoria della birra. L'impatto economico della pandemia e le recenti problematiche relative alla supply chain hanno spinto i consumatori a fare acquisti nelle piccole imprese locali".

6 – Il "gifting" continuerà a risultare vincente

Dall'inizio della pandemia di Covid-19, il **gifting online** (la possibilità di scegliere un regalo online ed inviarlo in qualunque parte del mondo) ha visto un **boom senza precedenti**. La quota di regali ha raggiunto il suo picco nel dicembre 2020, il 19% delle vendite totali di Drizly.

La tendenza è continuata nel 2021, la quota è aumentata del 66% rispetto all'anno precedente. I regali ora rappresentano una media del 10% delle vendite totali di Drizly.

In risposta alla domanda sostenuta, si prevede che i brand sviluppino nuovi prodotti regalo nel 2022 e che i retailer investiranno maggiori risorse nel marketing per spingere i regali online.