

Bevande alla cannabis: una minaccia per il mercato degli alcolici?

scritto da Emanuele Fiorio | 13 Gennaio 2022



Negli Stati Uniti sono trascorsi meno di 40 anni dall'avvio delle campagne anti-marijuana, attualmente i prodotti di cannabis sono legalmente disponibili in 19 stati, Washington D.C. e Guam.

Nei posti dove la cannabis ricreativa è legale, bevande infuse di THC come Wunder, Cann, Keef, Kalo e Hi5 si trovano sugli scaffali dei negozi, spesso insieme a birra, vino e altre bevande.

I produttori di bevande alcoliche dovrebbero preoccuparsi della concorrenza delle bevande a base di cannabis? O la quota di mercato dell'erba sarà limitata dagli stigmi ereditati?

Colleen McClellan è la direttrice regionale di Datassential, una piattaforma leader nel settore alimentare e delle bevande, ed è una sommelier professionista. Ha grandi speranze per il futuro degli infusi di THC, a patto che abbiano un buon sapore.

McClellan è certa che “man mano che sempre più Stati allenteranno i regolamenti, vedremo un aumento dell’interesse e dell’uso. **L’aspetto critico sarà il gusto del prodotto che è estremamente importante per l’acquisto ripetuto**”.

McClellan prevede che i brand continueranno ad entrare nello spazio delle bevande alla cannabis, portando infine al consolidamento: “Ci sono consumatori che apprezzano l’uso della cannabis o dei prodotti infusi di THC, perché forniscono un beneficio funzionale senza l’effetto sbornia”.

Negli Stati Uniti, secondo un **recente rapporto di Datassential**, ripreso da Wine Enthusiast:

- la consapevolezza dei consumatori rispetto alle bevande a base di THC è cresciuta del 9% nel 2021,
- il 51% degli adulti sopra i 21 anni ora professa familiarità con esse.
- le bevande a base di THC hanno un alto livello di interesse e notorietà per quanto riguarda la Gen X.

Questo potrebbe essere dovuto ai passi avanti che il marketing dell’industria della cannabis ha fatto nell’ultimo decennio. In molte città degli Stati Uniti, entrare in uno shop dedicato è come entrare in un Apple Store o in un caffè alla moda. Puoi scegliere la varietà, la potenza e la modalità di consumo, come si farebbe con un sacchetto di caffè in grani.

Michelle Mendoza, Responsabile buyer di Sweet Flower, un weed shop californiano ritiene che **il mercato si rivolgerà sempre più verso i cosiddetti “cannabinoidi minori” come THCV, CBG e CBN**.

Travis Tharp, CEO di Keef Brands (azienda di bevande alla cannabis con sede in Colorado) conferma quanto detto da Mendoza: “Stiamo iniziando a vedere le bevande andare oltre il THC per incorporare cannabinoidi alternativi meno conosciuti, ma terapeuticamente promettenti”.

All'inizio del 2021, Keef Brands ha lanciato una nuova linea di bevande a base di cannabis che contengono cannabinoidi minori come THCV, CBG e CBN per dare ai consumatori un assaggio di qualcosa di diverso. Il THCV è noto per il suo effetto stimolante ed energetico, mentre il CBG e il CBN producono effetti rilassanti ed antidolorifici.

Morgan McLachlan è il cofondatore, chief product officer e master distiller di AMASS, una società di bevande specializzata in bevande a base di piante. Recentemente ha contribuito allo sviluppo di Afterdream, un distillato analcolico a base di infuso di cannabis che mescola 14 sostanze botaniche.

McLachlan sottolinea che **“Il consumatore di Afterdream è qualcuno che vede il bere come una parte importante della sua vita sociale, ma è alla ricerca di alternative al solito drink o al bicchiere di vino.** Questo consumatore vuole avvicinare l'esperienza della cannabis, qualcosa con cui ha meno familiarità”.

Secondo McLachlan, le bevande alla cannabis e le bevande analcoliche sono i settori in più rapida crescita del mercato delle bevande, con un **aumento delle vendite dai 67,8 milioni di dollari del 2019 ai 95,2 milioni di dollari nel 2020**: “La marijuana ricreativa è un mercato in rapida crescita e le bevande analcoliche stanno vivendo un'ascesa ancora più fulminea. **Le bevande no-low alcohol sono cresciute del 506% dal 2015** e si prevede che quest'anno raggiungeranno 280 milioni di dollari di entrate”.

Nonostante questa crescita del mercato, **Jim Higdon,**

cofondatore e responsabile della comunicazione di Cornbread Hemp, un'azienda con sede nel Kentucky che produce oli di canapa, **ritiene che i produttori tradizionali di vino, birra e alcolici non debbano preoccuparsi.**

“Le bevande al THC hanno il loro mercato, ma quel mercato non è probabilmente nelle corde di un amante del vino con un palato sofisticato”, rileva Higdon. “Il cliente ideale per una bevanda al THC è o qualcuno che cerca di ridurre il consumo di alcol oppure un consumatore principiante che cerca un'opzione per consumare cannabis senza necessariamente fumarla”.

Come McClellan di Datassential, Higdon crede che **il successo delle bevande infuse di THC dipenda in definitiva dal loro sapore.** Ritiene anche che le bevande alla cannabis potrebbero non essere il modo migliore per avvicinare gli amanti del vino all'erba.