Birra più resiliente del vino: i 5 fattori chiave

scritto da Emanuele Fiorio | 12 Ottobre 2020



A livello globale, la birra (escluse le bevande aromatizzate al malto, come gli hard seltzers) è cresciuta dello 0,3% in volume e del +2,2% in valore nel 2019, trainata in particolare dagli aumenti della birra analcolica (+15,2% in volume, rispetto al 2018). Anche se la categoria delle birre ha subito una battuta d'arresto nel 2020, l'IWSR prevede che la birra raggiunga i volumi del 2019 entro il 2024, con un rimbalzo migliore rispetto al vino e ai distillati. La resistenza della categoria sarà probabilmente guidata da 5 fattori chiave:

Gli investimenti nei mercati in via di sviluppo produrranno dividendi

Con la stagnazione dei mercati della birra sviluppati negli ultimi anni, gli attori chiave della categoria della birra hanno individuato e investito molto nell'aumento della loro

capacità di produzione e nello sviluppo dei loro canali di vendita nei mercati in via di sviluppo. Questo investimento inizierà a produrre dividendi man mano che il processo di recupero post Covid-19 prenderà piede.

L'Africa è stata un focus particolare per gli investimenti, e l'IWSR prevede che le vendite di birra aumenteranno dell'11% rispetto ai livelli del 2019 entro il 2024. Mozambico, Kenya ed Etiopia hanno visto l'entrata in funzione di nuove birrerie negli ultimi anni e si prevede una crescita dal 28% al 36% nei prossimi cinque anni.

In Asia, Heineken e Carlsberg sono stati molto attivi in Vietnam e Cambogia. L'anno scorso Heineken ha registrato un successo con il lancio di Heineken Silver in Vietnam ed il rilancio di Huda da parte di Carlsberg è stato ben accolto. L'IWSR prevede che questi due Paesi saranno tra i primi dieci mercati in crescita tra il 2019 e il 2024.

Con il suo clima compatibile e il fatto che i distillati continuano a superare la birra, anche il potenziale di crescita della birra in India è sui radar dei produttori di birra. AB-InBev, ad esempio, ha iniziato a produrre Budweiser sul mercato già nel 2010 e ha annunciato uno dei suoi maggiori investimenti in India nel 2019. L'IWSR prevede che il consumo di birra indiana aumenterà del 5% nei prossimi cinque anni.

La birra analcolica continuerà a crescere

Fino a tempi relativamente recenti, la birra analcolica era spesso vista come un acquisto di ripiego, ma il miglioramento del gusto, l'innovazione, il sostanziale supporto di marketing e l'ampliamento della disponibilità, hanno aiutato le vendite a salire del 15% a livello globale l'anno scorso. Il segmento si adatta bene al consumatore contemporaneo e si prevede un'espansione di quasi il 50% nei prossimi cinque anni.

Un consumatore sempre più attento alla salute viene soddisfatto da una gamma crescente di prodotti che forniscono

una vera e propria alternativa ai prodotti alcolici. Ciò significa che i bevitori che vogliono astenersi dall'alcool non devono abbandonare del tutto il settore, ma possono continuare a bere birra.

I birrai artigianali riemergeranno

Nell'ultimo decennio, la rivoluzione artigianale della birra ha fatto molto per elevare il profilo della categoria della birra, portando nuove idee, innovazione e valorizzazione del settore. L'elevata dipendenza di questi produttori artigianali dalla realtà locale li ha tuttavia resi particolarmente sensibili all'impatto di Covid-19. Molti di loro potrebbero non sopravvivere nei prossimi mesi. Tuttavia, è improbabile che l'appetito del consumatore per l'esplorazione e la sperimentazione diminuisca dopo Covid-19 e quando emergeranno i germogli verdi della ripresa, ci si può aspettare che compaia anche una nuova generazione di operatori artigianali, in sostituzione di quelli che non ce l'hanno fatta.

L'e-commerce fornirà un'ancora di salvezza

Anche prima di Covid-19, le vendite di birra e-commerce a valore sono aumentate del 13% a livello globale nel 2019. Ora, il lockdown ha reso gli acquisti online la norma per grandi fasce di consumatori nei mercati di tutto il mondo e probabilmente vedremo un'impennata dei volumi attraverso il canale e-commerce nel 2020. Come antidoto alla pandemia, gli operatori del settore stanno rinnovando le loro capacità online, aggiornando i loro negozi online e collaborando con le piattaforme di vendita digitali. Ciò contribuirà a compensare l'eventuale lenta ripresa del canale on-trade e permetterà al settore di raggiungere un numero sempre maggiore di bevitori.

Le donne berranno più birra

Negli ultimi tempi, aiutato in parte dalle tendenza della birra artigianale, il settore si è aperto ad una ampia gamma di gusti, stili e sapori. Di conseguenza, l'attrattiva della birra è aumentata soprattutto per le donne. In aggiunta a questo, il basso livello di ABV della birra potrebbe attrarre

le donne che cercano di migrare da alternative più forti come il vino e i distillati. Anche il marketing ed i prodotti in vetro dovrebbero contribuire a facilitare questo processo.