

I trends dei giovani? Provenienza benessere e coscienza ambientale

scritto da Emanuele Fiorio | 12 Agosto 2020



I consumatori più giovani sono sempre più attratti dalle bevande alcoliche che incarnano tendenze legate al benessere, alla provenienza e alla coscienza ambientale.

L'IWSR descrive questo approccio come "Better for me, better for the world" (meglio per me, meglio per il mondo).

Questo movimento è trasversale e riguarda distillati, birra e vino; sta diventando particolarmente influente nei mercati sviluppati, soprattutto in Australia, Nuova Zelanda, Europa occidentale e Nord America.

"Il consumo di alcolici pro capite in Australia è in calo da molti anni e, poiché le persone bevono meno, si concentrano

maggiormente sulla qualità", spiega Tommy Keeling, direttore della ricerca Asia-Pacifico dell'IWSR. **"I consumatori sono sempre più attenti a ciò che bevono e prestano più attenzione alla provenienza, al contenuto e al modo in cui viene prodotto"**.

La tendenza è più evidente nelle categorie più accessibili come i **distillati chiari (gin, vodka), la birra artigianale e le bevande RTD (Ready to drink)**. In Nuova Zelanda le bevande RTD a basso/scarso contenuto di zucchero, leggere, rinfrescanti e relativamente poco alcoliche, hanno registrato un'enorme crescita negli ultimi 18 mesi.

Una recente storia di successo in Nuova Zelanda è stata quella dei Part Time Rangers, una gamma di cinque bevande RTD create da due fratelli ventenni, Oliver e William Deane. Il 10% dei profitti sono stati donati ad associazioni che si occupano di conservazione della fauna (Big Life Foundation, Sustainable Oceans Society e Rhinos Without Borders).

La tendenza a valorizzare le caratteristiche legate alla provenienza si presta all'artigianato dei distillati, in particolare del gin.

I distillatori locali possono far leva sui prodotti botanici di provenienza locale per rafforzare il loro messaggio di autenticità, territorialità e originalità.

La birra artigianale può analogamente sfruttare i trends legati agli ingredienti e alla provenienza locale, così come i vini monovitigno, biologici, biodinamici e "naturali".

I dati IWSR suggeriscono che, in Nuova Zelanda e Australia, i volumi di vodka e gin cresceranno rispettivamente del 10,7% e dell'87,6% dal 2019 al 2024. Nello stesso periodo, i volumi di whisky statunitense diminuiranno probabilmente del -7,3%, mentre il whisky scozzese dovrebbe crescere del 3,3%. I cali del segmento dominante del whisky/rum sono compensati da una crescita dinamica di prodotti più sani e leggeri.

Al di là dell'Oceania, **la tendenza "Better for me, better for the world" si sta radicando in una serie di mercati sviluppati** in tutto il mondo, in particolare nel Nord Europa, negli Stati Uniti e in Canada, dove i Millennials ed i consumatori della Gen-Z stanno seguendo la tendenza alla premiumisation, bevendo meno, ma meglio.

"È ancora in una fase relativamente iniziale, ma credo che ci sarà un cambio generazionale con l'invecchiamento della generazione più anziana", dice Keeling. **"È probabile che i brands più vecchi e consolidati ristagnino o diminuiscano, ma ci sarà una crescita continua per i nuovi brands che si concentrano su tendenze orientate all'autenticità e alla qualità".**

Tuttavia, l'impatto della pandemia di Covid-19 potrebbe rappresentare una minaccia a breve termine, poiché i produttori più piccoli tendono a dipendere in misura sproporzionata dalle vendite e dal consumo locale, ed è più probabile che abbiano margini ristretti e meno liquidità.

"Covid-19 potrebbe rappresentare un intoppo, ma è improbabile che la tendenza si inverta a medio e lungo termine", osserva Keeling.