Il Gin conquista l’Italia: un cocktail pronto a sfidare l’Aperol Spritz

scritto da Redazione Spirits Meridian | 7 Ottobre 2024



Il gin sta guadagnando popolarità nel mercato italiano del fuori casa, posizionandosi come una valida alternativa ai classici aperitivi. Una recente ricerca di CGA by NIQ evidenzia come nuove strategie di servizio, il ruolo dei barman e l’adattamento alle preferenze dei consumatori possano favorirne la crescita.

Il **Gin** ha un **potenziale** che potrebbe portarlo a **primeggiare nel mercato del fuori casa italiano**. A dirlo è la **nuova ricerca di CGA by NIQ**, che sottolinea le **significative possibilità di crescita della bevanda** se combinate all’azione strategica di produttori e fornitori nei confronti dei consumatori, dei canali e delle occasioni di consumo.

Ad oggi il gin & tonic occupa una delle posizioni più alte nella classifica dei cocktail preferiti dagli italiani, trovandosi al quarto posto dopo **Aperol Spritz**, **Mojito** e **Campari Spritz**.

Tuttavia, per guadagnare posizioni, **l'innovazione del servizio** rappresenta il primo passo verso un'opportunità di crescita sempre più concreta per valorizzare la bevanda e garantirne una maggiore attrattiva da parte degli italiani.

Tra queste, in primis, la realizzazione di cocktail che **si allineino alla cultura italiana della ristorazione e dell'aperitivo** ponendo le bevande a base di gin, ad esempio il gin tonic, come alternative interessanti all'Aperol o al Campari Spritz.

Inoltre, dallo studio di CGA by NIQ emerge che il **25% dei consumatori di gin considera decisive le raccomandazioni dei baristi nel momento della scelta**: i barman esercitano quindi una certa influenza sui tipi di drink ordinati, soprattutto nei locali in cui il gin non è tradizionalmente una delle scelte principali.

Attualmente il gin è scelto nel fuori casa da una percentuale di italiani di poco inferiore rispetto alla media globale – si tratta di un **16%** a fronte del **19%** – e occupa una posizione più alta in classifica rispetto ad altri alcolici come il **rum** (**14%**) e il **whisky** (**12%**) mentre segue, in termini di gradimento, **aperitivi** (**42%**) e **Amari**(**34%**).

Tra i fattori che ne influenzano l'ordinazione spicca la reputazione del brand, ritenuta fondamentale per il **49%**dei consumatori, seguita poi dalla qualità complessiva del servizio, che si attesta a un **34%**. In base alle tipologie di gin, invece, rimane salda la posizione nel mercato dei **brand britannici**, mentre un **52%** degli italiani consuma gin aromatizzati dai gusti più diversi – il **28%** dei consumatori opta per il **limone**, il **23%** per il **lime**, il **20%** per l'**arancia** e

il **17%** per il **pompelmo**.

Questa bevanda, dapprima ordinata principalmente nei locali notturni, viene ora riscoperta anche in altre occasioni di consumo, anche più rilassate come per i pasti nei **ristoranti** e per gli **aperitivi**, occasioni in cui il gin viene accompagnato dal cibo. Infatti, il **33%** degli Italiani che consuma gin fuori casa afferma infatti che lo ordina mentre trascorre momenti tranquilli e il **30%** per il piacere dell'esperienza; il **29%** per il suo sapore e solo il **19%** nelle occasioni di socializzazione.

Ciò spiega perché il **78%** degli italiani ordina il gin nelle **pizzerie** e il **73%** nei **ristoranti**, sebbene restino percentuali minori di consumatori che lo consumano nei **bar notturni** (**47%**) almeno una volta al trimestre e nelle **discoteche** (**22%**).

Luca Gerosa, Sales Industry Leader – Italia, ha dichiarato: "Attraverso questa analisi, CGA by NIQ suggerisce le possibilità di crescita di una bevanda che in Italia ha sempre occupato una posizione interessante del mercato senza mai riuscire a imporsi sulla concorrenza. Il gin si scontra da anni non solo con drink affermati e amati ma anche con una tradizione tipicamente italiana, che predilige situazioni di ritrovo tranquille e informali, che ben si differenziano dagli ambienti in cui, solitamente, si ordina questa bevanda. Sempre più consumatori, tuttavia, lo stanno scegliendo in contesti che si differenziano da quelli originari: ciò significa che il trend di fruizione sta cambiando, e che il gin può, anche grazie a cambiamenti di marketing e partnership, ambire a occupare un posto ancora più allettante nel mercato italiano".

Punti chiave:

1. Il gin sta crescendo nel mercato italiano del fuori casa, specialmente come alternativa agli aperitivi tradizionali.
2. Il 25% dei consumatori di gin si affida ai consigli dei barman per scegliere cosa bere.
3. Il 78% degli italiani consuma gin in pizzerie e il 73% nei ristoranti, segnalando un cambiamento nelle occasioni di consumo.
4. La reputazione del brand e la qualità del servizio sono fattori chiave nella scelta del gin.
5. I gusti preferiti per il gin aromatizzato includono limone, lime, arancia e pompelmo.