Post-Covid: birra meglio di vino e distillati

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Luglio 2020



Come riporta IWSR a livello globale, **nel 2019 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**, trainata in particolare dagli aumenti della birra analcolica (+15,2% in volume, rispetto al 2018). Anche se la categoria delle birre ha subito un pesante colpo nel 2020, si prevede che raggiungerà i volumi del 2019 entro il 2024, una ripresa migliore rispetto a vino e distillati.

La **ripresa della categoria sarà probabilmente guidata da cinque fattori chiave:**

1 – Investimenti nei mercati in via di sviluppo

Negli ultimi anni, con la stagnazione delle vendite di birra nei mercati sviluppati,

gli attori chiave della categoria hanno investito molto nell'aumento delle capacità produttive e nell'ampliamento dei canali di vendita nei mercati in via di sviluppo. Questo investimento inizierà a produrre dividendi man mano che il processo di ripresa post-Covid-19 prenderà piede.

L'Africa è stata un punto focale 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'apertura 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 avuto successo con il lancio di Heineken Silver in Vietnam ed anche il rilancio della birra Huda 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.

Sempre in Asia, la birra in **India ha un potenziale di crescita elevato** grazie al clima ed al fatto che gli alcolici sono ancora più venduti della birra. AB-InBev, ad esempio, ha iniziato a produrre Budweiser sul mercato già nel 2010 e ha annunciato uno dei suoi maggiori investimenti del 2019 proprio in India. L'IWSR prevede che il consumo di birra indiana aumenterà del 5% nei prossimi cinque anni.

2 – L'e-commerce fornirà un'ancora di salvezza

Già nel 2019, prima dell'emergenza Covid-19, le vendite di birra a valore attraverso l'e-commerce sono aumentate a livello globale del 13%. 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 questo canale nel 2020. Come antidoto alla pandemia, gli operatori del settore stanno potenziando la loro presenza online, aggiornando i loro negozi 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.

3 – I produttori di birra artigianale riemergeranno

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

4 – La birra analcolica continuerà a crescere

Fino a tempi relativamente recenti, la birra analcolica era spesso vista come un prodotto improbabile, ma il miglioramento del gusto, l’innovazione, il sostanziale supporto del marketing e l’ampliamento della disponibilità hanno aiutato **le vendite l’anno scorso a salire del 15% a livello globale.**
Il segmento si adatta bene al consumatore contemporaneo e si prevede un’espansione di quasi il 50% nei prossimi cinque anni.
Ciò significa che i bevitori che vogliono astenersi dalle bevande alcoliche non devono abbandonare del tutto il settore, ma possono continuare a bere birra.

5 – Le donne berranno più birra

L’attrattiva della birra è aumentata e si è ampliata ad un pubblico più eterogeneo, spesso più femminile. In aggiunta a questo, il basso livello di ABV della birra potrebbe attirare le donne che cercano di allontanarsi da bevande più forti come il vino e i distillati. Anche il marketing ed i prodotti in vetro potrebbero contribuire a facilitare questo processo.