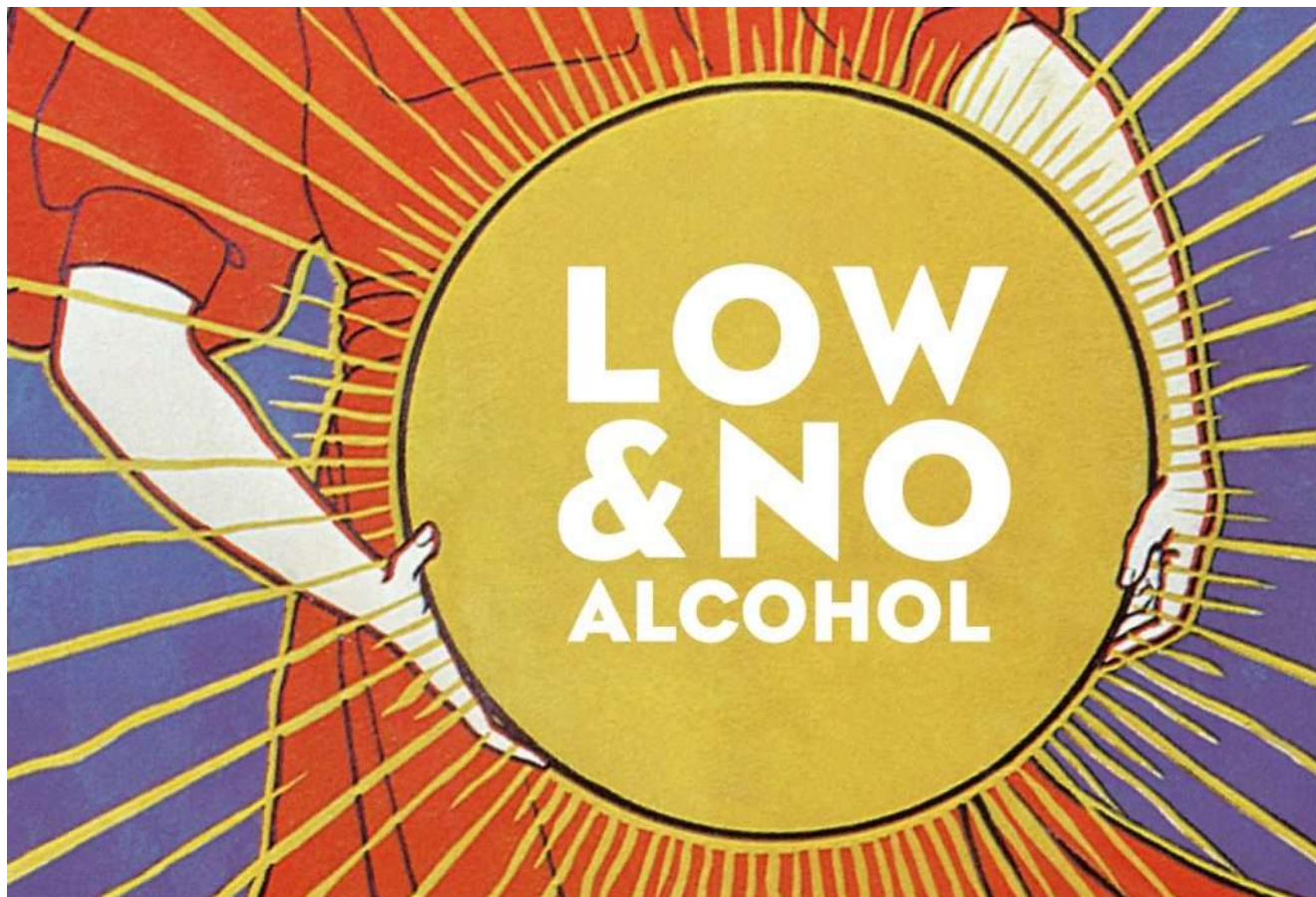


Successo

scritto da Emanuele Fiorio | 5 Marzo 2021



Secondo la ricerca “No and Low-Alcohol Strategic Study 2021” effettuata da IWSR e ripresa da The Drinks Business, la birra analcolica o a basso tenore alcolico – che chiameremo sinteticamente “no/low” – ha registrato una leggerissima crescita dello 0,5% nel periodo 2019-2020, ma questa crescita risulta importante dato che questa categoria detiene una quota del 92% del mercato totale no/low.

Al contrario, la categoria dei **distillati no/low** – che copre solo lo 0,6% della quota di mercato totale – **ha aumentato le vendite in volume del +32,7%**. È questo segmento che, secondo IWSR, crescerà più rapidamente tra il 2020 ed il 2024, con un CAGR (tasso annuo di crescita composto, ndr) del 14%.

A livello globale, il **mercato no/low alcol dovrebbe crescere del 34% in volume** nello stesso periodo. Questo dato si relaziona a quello relativo al consumo complessivo di alcol in

volume, diminuito del 10% nel 2020 a causa della pandemia.

Mark Meek, CEO di IWSR Drinks Market Analysis sottolinea che “quello che stiamo vedendo è una tendenza alla moderazione che si sta diffondendo nei principali mercati globali e che sta portando con sé una maggiore domanda di bevande a ridotto contenuto alcolico, o senza alcol”.

Un recente studio di Portman Group ha rilevato che il 24% dei bevitori britannici sono desiderosi di ridurre il consumo di alcolici. Questo dato sale a quasi un terzo (31%) per la fascia di età 18-24, denominata “Generazione sensibile”.

Innumerevoli brands, tra cui Diageo, William Grant & Sons e Martini, stanno lanciando prodotti per farsi spazio nel crescente mercato no/low con in testa birra, distillati e RTD (ready to drink), tra cui gli hard seltzer.

Ecco i marchi che stanno plasmando il mercato no/low e le tendenze della categoria:

▪ **BIRRA ANALCOLICA**

La birra no/low è la categoria che ha riscosso più successo grazie al processo di produzione che rende più facile replicare i sapori e gli aromi della controparte alcolica. La ricerca sulle birre a bassa gradazione alcolica è più avanti rispetto a quella sul vino o sui distillati. Secondo l'IWSR, la categoria delle birre e dei sidri a basso contenuto di alcol detiene una quota del 92% del mercato totale no/low e negli ultimi anni un numero sempre maggiore di grandi produttori si sono lanciati in questo mercato su larga scala.

Nell'ottobre 2020, Diageo ha presentato una Guinness stout senza alcol, prodotta nel birrificio St James Gate della Guinness a Dublino, che arriva allo 0,0% ABV e contiene 16 calorie per 100ml. Ciò significa che una lattina da 440 ml contiene poco più di 70 calorie. Si tratta di una birra de-alcolizzata, in cui l'alcol viene

rimosso attraverso un metodo di filtrazione a freddo. Ma il suo lancio ha avuto vita breve dopo che Diageo è stata costretta a richiamare il prodotto a novembre per timori di contaminazione microbica.

I marchi più piccoli stanno lavorando duramente per ritagliarsi una nicchia. L'anno scorso il produttore artigianale londinese Beavertown ha lanciato la sua prima birra "alcohol-free" dopo aver verificato l'impennata delle vendite di bevande a basso ABV durante il lockdown. Lazer Crush è una IPA con lo 0,3% di alcol e contiene solo 83 calorie per 330 ml.

▪ **BENESSERE E SALUTE**

I dati dicono che i consumatori durante il lockdown hanno fatto scorta di alcol ed hanno bevuto di più (chiaramente a casa), ma la pandemia ha evidenziato anche che le tendenze alla moderazione ed al benessere continuano a determinare le scelte dei consumatori.

Recentemente c'è stato il lancio di Whisp, marchio britannico di hard-seltzer fondato dalla personal trainer Harriet Cuming, pensato per i consumatori attenti alla salute ed al benessere. Le sue varianti Cetriolo & Menta e Lampone & Sambuco hanno un grado alcolico del 4% e solo 66 calorie a lattina. È commercializzato come vegano, senza glutine, senza zuccheri aggiunti, dolcificanti o conservanti, contiene anche cardo mariano che si dice aiuti a mantenere un fegato sano.

▪ **DISTILLATI ANALCOLICI**

Gordon's ha lanciato nel dicembre 2020 il proprio "spirit" analcolico a base di ginepro, fatto con le stesse essenze botaniche del suo London Dry Gin, sfruttando la sua notevole riconoscibilità sul mercato (brand awareness).

Warner's dopo tre anni di prove e sperimentazioni – ha lanciato il suo 0% Botanic Garden Spirits a settembre

2020 che include le varianti Juniper Double Dry e Pink Berry ed è fatto con botaniche naturali.

▪ **SCIROPPI E CONCENTRATI**

Una delle innovazioni più interessanti emerse nell'ultimo anno è l'uso di concentrati, sciroppi e cordiali, creati per accompagnare gli analcolici.

Cotswold Distillery ha prodotto una novità sorprendente. Piuttosto che creare una bottiglia da 70cl di "spirit" che imita il suo gin, il team ha sviluppato un'essenza di gin concentrata al 46% ABV usando le stesse sostanze botaniche dell'originale Cotswold Dry Gin. Il risultato è un estratto che è 10 volte più concentrato di una bottiglia tradizionale. È sufficiente aggiungere poche gocce alla vostra tonica per sperimentare gli stessi sapori di un gin tonic tradizionale ma con il 90% in meno di alcol rispetto ad una bevanda standard da 50 ml. Con una bottiglia da 100 ml è possibile preparare 20 gin tonic.

Gli sciroppi concentrati sono un'altra categoria da tenere d'occhio ed offrono maggiori opportunità di sperimentazione. Nonsuch Shrubs, fondata nel 2018, ha sviluppato una gamma di sciroppi a base di frutta progettati per essere aggiunti sia alle bevande analcoliche che alcoliche e donare maggiore profondità e complessità. Nonsuch ha attualmente quattro sciroppi aromatizzati disponibili: ananas caramellato e zenzero, arbusti e rosa, mela agrodolce e cardamomo, arancia rossa e limone amaro.

▪ **SALATO MA SALUTARE**

Le piante arboree sono la tendenza da tenere d'occhio anche secondo Ben Branson, fondatore di Seedlip, il quale prevede che il mercato no/low sarà tutto incentrato sullo sviluppo dei sapori salati nei prossimi anni. "Vedremo più opzioni salate, aspre e amare, la gente si sta allontanando dal dolce. Penso che si svilupperanno gusti più adulti. Cercate il sale, il fumo

e le piante arboree”.

Seguendo le orme di Seedlip, il brand Martini (di proprietà di Bacardi), nel 2020 ha lanciato un'alternativa analcolica ai suoi vermouth. Gli aperitivi sono a bassa gradazione alcolica e composti da una selezione di botaniche di provenienza sostenibile. Ci sono due varianti nella nuova gamma: Martini Analcolico Vibrante (fatto con bergamotto italiano) e Martini Analcolico Floreale che “prende ispirazione dalla delicata dolcezza della camomilla romana”.