

Trend trainanti: moderazione, premiumisation e sostenibilità

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Dicembre 2021



Come riporta Decanter, IWSR e Wine Intelligence in un recente report (commissionato da Vinexposium) hanno tracciato le **tendenze che determineranno la ripresa dell'industria delle bevande alcoliche** dopo un periodo di profonde sfide e cambiamenti strutturali. Moderazione, premiumisation e sostenibilità sono le tendenze trainanti.

Per **Rodolphe Lameyse, CEO di Vinexposium**, “gli ultimi due anni sono stati una svolta per l'industria degli alcolici, ci sono state trasformazioni strutturali nella logistica, nel packaging, nel design di prodotto e nel comportamento dei consumatori”.

Lulie Halstead, CEO di Wine Intelligence, ha presentato il report: il punto chiave è che **gli alcolici hanno dimostrato di essere una delle categorie di beni di consumo più capaci di resistere alle crisi**. La sua resilienza è stata costruita sull'adattabilità dei fornitori e sulla loro capacità di

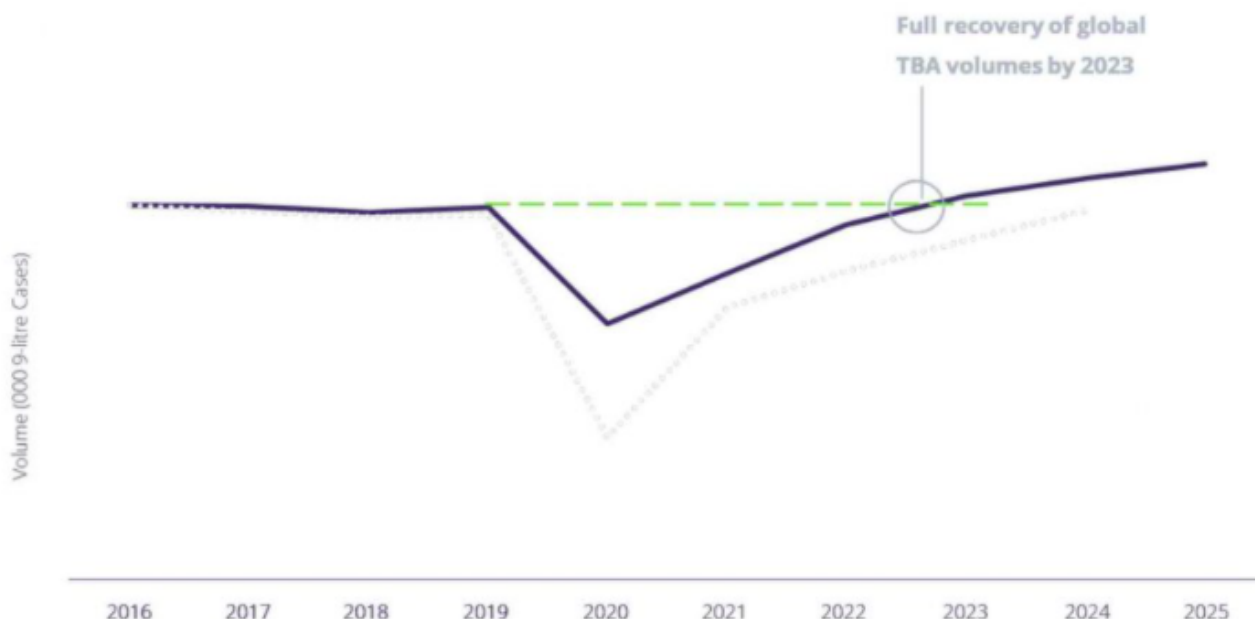
risposta di fronte alle sfide strutturali, alle restrizioni in continua evoluzione e alle gravi interruzioni della supply chain.

Come riporta Decanter, La maggior parte delle strategie ha seguito **tendenze** che stavano già guadagnando spinta prima dell'emergenza Covid-19 e sono state semplicemente accelerate dall'impatto economico e sociale della pandemia, vale a dire:

- Esperienze domestiche nuove o migliorate, il consumo di vino a casa si è spostato tra i pasti ed anche oltre,
- Focus sulla sostenibilità, con un maggior interesse verso i prodotti locali,
- Bevande analcoliche e a basso contenuto alcolico (no-low alcohol) che raccolgono slancio sulla scia di una tendenza più ampia verso la moderazione,
- L'off-premise (take away) e l'e-commerce aumentano significativamente la loro performance, mentre l'on-trade continua ad essere influenzato da restrizioni e cambiamenti nei comportamenti dei consumatori,
- Premiumisation, i consumatori acquistano a prezzi più alti in tutte le categorie,
- Gli RTD (ready to drink) guadagnano quote di mercato, soprattutto gli hard-seltzer.

Il consumo globale di alcolici mostra un calo significativo nel 2020, una **contrazione in volume del 6,2%**. Ma le prospettive a lungo termine sono positive, con una **ripresa completa prevista entro il 2023, spinta dalla forte crescita del volume degli RTD** in alcuni mercati principali.

Total beverage alcohol volume consumption: global view (2016-2025F)



© IWSR | Wine Intelligence

Moderazione

La moderazione è una tendenza comportamentale chiave, **un terzo dei bevitori di vino stanno moderando il loro consumo nei nove mercati chiave** esaminati da Wine Intelligence. I Paesi Bassi e la Svizzera sono i mercati più orientati alla moderazione con oltre il 50% dei bevitori regolari di vino che dichiarano questa scelta.

Questo riguarda anche le categorie chiave del mercato come lo **Champagne**: negli Stati Uniti, il 30% dei bevitori abituali di vino dice che “preferirebbe decisamente comprare una bottiglia di Champagne con un livello di alcol inferiore” (meno del 10% di ABV).

Si prevede che questa tendenza si rafforzerà nei prossimi anni, dato che i consumatori stanno chiedendo di più ai prodotti della categoria no/low, mettendo in dubbio la tracciabilità ed esprimendo preoccupazione per il gusto, la scarsa disponibilità e la mancanza di conoscenza degli

ingredienti e della produzione.

Premiumisation e sostenibilità

Questo cambiamento nei modelli di consumo, reso possibile anche da una **maggiore disponibilità di reddito**, ha spinto la **premiumisation** (acquisto di prodotti al di sopra del prezzo medio di mercato) in tutti i mercati e le categorie. La riduzione della mobilità ha avuto un impatto particolare nell'alta gamma: i prodotti di lusso sono passati dall'essere per lo più legati ai viaggi ad essere concentrati sul territorio, in linea con la tendenza al "buy-local".