

Consumo globale alcolici: prospettive di crescita per l'Horeca ma spesa in calo

scritto da Emanuele Fiorio | 18 Aprile 2023



Gli ultimi dati IWSR mostrano che la spesa dichiarata per le bevande alcoliche è in flessione in molti mercati, ma la fiducia dei consumatori nelle finanze e nel futuro è più positiva rispetto al 2022. In particolare in Europa, dove i consumatori mostrano segni di miglioramento dopo i minimi registrati alla fine del 2022.

“Per attenuare l’impatto della crisi del costo della vita, i consumatori di bevande alcoliche stanno diventando più selettivi sulle modalità e le occasioni di acquisto degli alcolici”, commenta Richard Halstead, COO Consumer Insights, IWSR Drinks Market Analysis. “Dopo la pandemia, si preferisce ancora consumare a casa, ma c’è una forte motivazione a

uscire, ma con minore frequenza e con maggiore attenzione al consumo e alla spesa in relazione agli alcolici”.

I risultati principali dell'indagine IWSR che rileva la sensibilità al prezzo, condotta nel febbraio 2023 in 17 mercati chiave (Australia, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, India, Italia, Giappone, Messico, Paesi Bassi, Polonia, Sudafrica, Spagna, Taiwan, Regno Unito e Stati Uniti) mostrano che:

La spesa per gli alcolici è in flessione

I consumatori stanno riducendo la spesa per gli alcolici, mentre aumentano le spese per beni di prima necessità come carne, pesce, pollame e prodotti per la pulizia. Questa tendenza è più pronunciata nel Regno Unito, dove l'inflazione è aumentata a due cifre, ma si nota anche in Germania e in Australia.

In questi Paesi, così come in Francia e in Canada, la decisione di non acquistare alcolici è risultata essere la seconda strategia più popolare per risparmiare.

I consumatori hanno aspettative di prezzo polarizzate

La premiumisation continua in molti mercati, ma cresce a un ritmo più moderato rispetto al passato.

Per alcune categorie è più forte nei mercati in cui prevale un sentimento generale più positivo, come per lo champagne in Cina o la tequila/mezcal negli Stati Uniti e in Messico.

I massimali di prezzo sono aumentati per la maggior parte dei whisky e per categorie quali gin, vodka, bevande alcoliche premiscelate e vino fermo e frizzante.

Mentre per alcune categorie selezionate in alcuni mercati, il prezzo minimo rilevato a febbraio 2023 è più basso rispetto

alle indagini sui consumatori condotte nell'ottobre 2022, ad esempio per la birra, lo champagne, il vino fermo, la vodka e il whisky irlandese.

Il consumo di alcolici è in fase di stallo

I consumatori sono più attenti al consumo di alcolici, lo slancio si è attenuato, perdendo terreno rispetto alle rilevazioni condotte nell'ottobre 2022.

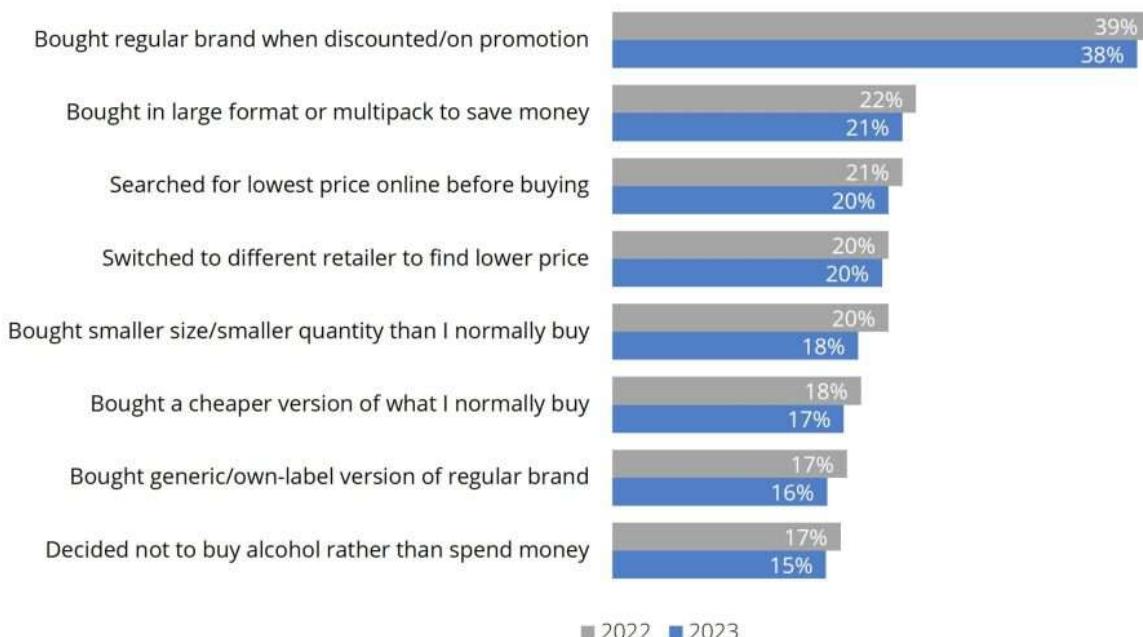
- I whisky rimangono più positivi rispetto alle altre categorie, tuttavia la spinta dei consumatori verso questo prodotto rallenta in Australia a causa delle condizioni economiche e fiscali avverse.
- Al di fuori della categoria whisky, la tequila/mezcal è la categoria di alcolici più performante.
- Il cognac mantiene il suo slancio a livello globale, con una notevole crescita del suo tasso di consumo in Cina, probabilmente legata alla riapertura del mercato on-trade cinese con la fine delle restrizioni imposte da Covid-19.
- Gli aperitivi a base di distillati e amari registrano una buona performance a livello globale, guidata da Nord America e Cina.

Tendenza alla moderazione

La tendenza alla moderazione è in espansione, soprattutto come strategia di risparmio. Lo dimostra la tenuta della premiumisation, molti consumatori scelgono di bere meno spesso prodotti di qualità migliore, piuttosto che dover fare un down-trading. L'affidamento alle promozioni è la principale strategia di risparmio, che consente ai consumatori di rimanere fedeli alla marca o al tipo di bevanda preferita.

Recalled money-saving strategies

Q Which of the following have you done in the past few weeks?



Base All alcohol drinkers in key markets of IWSR's consumer barometer price sensitivity tracking wave 2, Feb 2023, (n≥1,000), Australia, Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Italy, Japan, Mexico, Netherlands, Poland, South Africa, Spain, Taiwan, UK, and US.

IWSR Drinks Market Analysis

Copyright 2023 – IWSR – For client use only. Not to be reproduced or resold without permission from IWSR.

Il consumo in Horeca resiste alle pressioni economiche

La domanda on-premise resiste in larga misura in Europa e nelle Americhe, mentre l'allentamento delle restrizioni di Covid-19 in **Cina, Giappone e Taiwan ha incrementato le opzioni di consumo on-premise**. In tutti i mercati chiave, i Millennial e la Generazione Z stanno spingendo i consumi nei locali.

I consumatori indiani e cinesi sono tra quelli più disposti a fare acquisti on-premise. In altri mercati, uscire senza consumare alcolici è una strategia popolare per risparmiare, così come optare per opzioni più economiche.

Godersi occasioni di consumo a casa ha una forte attrattiva nella maggior parte dei mercati. La **Cina** è una eccezione, con l'alleggerimento delle restrizioni che ha portato a un aumento

significativo del consumo fuori casa.