

I driver di valore degli spirits italiani

scritto da Claudia Meo | 9 Aprile 2023



Il mercato delle bevande spiritose in Italia si sta arricchendo sotto molti profili: un prodotto sempre più eterogeneo che valorizza la grande ricchezza di materia prima locale, proposte produttive innovative, spinte anche dal trend della mixology di qualità, lo sviluppo di mercati di nicchia, come quello dello “zero alcol”, la crescita del numero di operatori.

Abbiamo svolto una recente survey tra i produttori di Spirits italiani per analizzare i trend in corso e intercettare i principali driver di valore del settore: il nostro primo compito è quello di comprendere le tendenze e aiutare le aziende a rapportarsi ad esse, per generare valore aggiunto sia in casa che per l'intero comparto.

Ne emerge un denominatore comune abbastanza netto: a guidare la catena del valore degli spirits è la qualità del prodotto, declinata in molteplici aspetti: la genuinità delle materie prime, grazie alla creatività del loro utilizzo, svolge un ruolo di primo piano. **Botaniche, tuberi, fiori, bacche sono espressione della ricchezza locale; l'utilizzo di metodi naturali e prodotti "craft" spinge in alto la qualità;** biodiversità, territorialità e artigianalità non sono altro che corollari della qualità Made in Italy.

Ne emerge quindi **un mercato che rivendica una storia e una tradizione importante, ma che oggi cerca sempre più esclusività e originalità** e che vede nelle politiche di marketing e di branding lo strumento per valorizzarle.

Se questo è il sentimento delle aziende interpellate sul comparto in generale, **possiamo dire che questi valori vengono confermati a livello di singola azienda.** Interrogate sui punti di forza individuali le aziende hanno messo in primo piano la qualità, segnalata da oltre l'80% delle aziende, seguita dall'artigianalità con il 58%, dalla territorialità con oltre il 40% delle aziende interpellate.

La storia e la tradizione aziendale, come la forza del brand, è menzionata in circa il 30% delle risposte. La fiducia nella marca è un forte driver di valore nel comparto.

Seguono l'immagine aziendale, l'attenzione alla sostenibilità, l'innovazione: **proposte di sapori innovativi, di materie prime locali alternative, di flavoured spirits e di distillati a zero alcol per cocktail analcolici premium spingono in alto la ricerca di novità del comparto.**

Le aziende sono quindi consapevoli del **processo di upgrading** che sta interessando il comparto e cercano di allineare le proprie strategie produttive e di marketing alle tendenze in atto.

Il trend positivo della mixology a livello internazionale

genera una spinta positiva per tutto in comparto, anche all'interno dei nostri confini nazionali. L'attenzione all'aspetto salutistico e la crescita del "low e no alcol" crea nuovi spazi e nuove prospettive anche per quello che è il momento conviviale, molto italiano, dell'aperitivo, destinato a conquistare, in tutte le sue declinazioni, sempre maggiore spazio nelle abitudini e nell'immagine del ben vivere all'italiana.