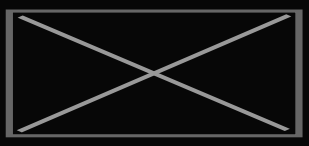
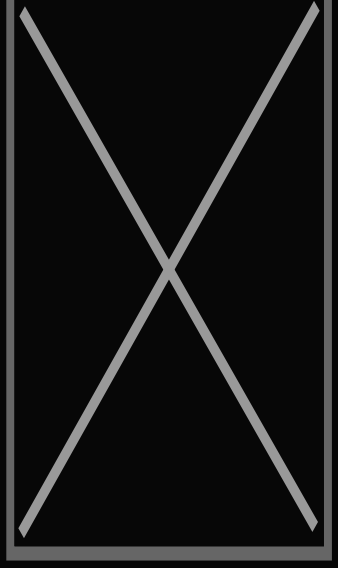
Mixability, the new black

cocktails-932039-640-c8dabf01

In un certo senso, è come un déjà-vu: per i superalcolici, così come era già successo per i soft, la categoria e il suo andamento sono oggi fortemente condizionati da due variabili. La prima (non in termini temporali, bensì di – negativa – notorietà), è di carattere contingente, ed è strettamente collegata alla crisi sanitaria, al conseguente lockdown e all'impatto disastroso sui consumi fuori casa, che subiranno contraccolpi anche nei prossimi mesi. Il secondo fattore condizionante, più strutturale (con contorni netti già prima della pandemia), è quello della miscelazione. Anche in questo caso, infatti, la mixability diventa la nuova chiave di lettura, la nuova cifra identitaria di un mercato che tende a specializzarsi e "riproporsi" in occasioni di consumo a più elevato valore aggiunto: i cocktail, appunto. I superalcolici dunque, entrano nella sfera di un bere "diverso", con ovvie conseguenze sulle performances dei vari segmenti.





Stando alle rilevazioni di IRI per il mese di marzo, notiamo, infatti, trend decisamente positivi per gli aperitivi alcolici che crescono dell’8,2% a volume e del 9,9% a valore. Più statico l’andamento dei monodose, probabilmente penalizzati al bar (dove faticano a giustificare il loro prezzo), salvo poi trovare (anche in questo caso) il loro momento di riscatto nel tumbler”. Bene gin e tequila, che mostrano entrambi crescite importanti: anche in questo caso la mixability gioca un ruolo dirimente. Non altrettanto entusiasmanti, invece, gli altri superalcolici, meno “portati” per il mixer… In rapporto agli altri, la grappa risulta invece piuttosto stabile: ancorata alla sua nicchia di “degustazione meditata”, mantiene la posizione. Sulla ripartizione del mercato, le osservazioni disponibili riguardano la fase pre- covid: l’istantanea anteriore alla crisi evidenzia come siano i distributori del Nord Est a detenere la quota maggiore tanto a volume quanto a valore, ma mostra pure come siano appannaggio del meridione le crescite più interessanti: 6,4% a volume, 5,4% a valore. Infine, uno sguardo ai produttori rivela chiaramente il grado di concentrazione del mercato, che – a marzo 2020 – per il 55,1% infatti in mano a Campari, Diageo e Montenegro.

