I giovani americani si innamorano dei wine cocktail ready to drink (+7% nel fuori casa)

20230922091449winecocktail-5513c120

Per la prima volta dal 2020, **calano i consumi di vino negli Stati Uniti e salgono quelli relativi ai wine cocktail**. Nel primo mercato al mondo, il vino sfrutta la propria versatilità per uscire dalla crisi dei consumi (-7,3% nei primi 6 mesi di quest'anno) e rientrare da protagonista grazie a una **tendenza cocktail di ready to drink a base enoica sempre più affermata**, in particolare **nel fuori casa.**

Secondo l'Osservatorio Uiv su base SipSource, strumento di monitoraggio delle depletion off e on-premise che copre il 75% del mercato americano, nel primo semestre di quest'anno **i wine cocktail sono infatti l'unica voce positiva legata al vino**, con una crescita tendenziale complessiva di oltre il 3% e **con punte del +7% nel fuori casa**, a partire dai ristoranti (+1,2%) ma soprattutto bar e altri locali, dove l'incremento registrato è in doppia cifra.
"Il fenomeno mixology è sempre più evidente nel Paese antesignano delle tendenze globali. ***Il vino*** *in questo contesto* ***può giocare un ruolo centrale****, per questo serve un approccio "pop" e inclusivo* ***nei confronti di una categoria del lifestyle che interessa soprattutto i giovani****, quelli che domani apprezzeranno il nostro prodotto per le sue caratteristiche più intrinseche"* ha detto il Presidente Agivi (l'Associazione giovani di Unione italiana vini), **Marzia Varvaglione**.

Secondo l'Osservatorio Uiv, **a perdere quota** in un anno difficile anche a causa del minor potere di acquisto **sono soprattutto i consumi complessivi di vino in casa (-8,2%), con i rossi a -9,6%.** Meno marcata la decrescita nel fuori casa (-0,9%), dove i consumi di vini bianchi hanno ormai raggiunto quelli dei rossi. La quota di mercato dei ready to drink a base di vino è ancora bassa (circa il 2%), ma è solo la punta dell'iceberg di una **domanda on trade sempre più orientata verso i wine cocktail mixati nei locali** e basati principalmente su Champagne, Prosecco e Asti Spumante.

A base di vino, birra e spirits, i **cocktail ready to drink** - imbottigliati e pronti al consumo - conquistano consumatori alla ricerca di aromi e sapori di tendenza, freschi e fruttati. Stando agli ultimi

dati NielsenIQ, nell’ultimo anno negli Usa le vendite di prodotti “Ready to” **hanno superato i 10 miliardi di dollari e continuano a raggiungere nuovi massimi anno dopo anno.**