Tendenze spirits: italiani innamorati di gin e whisky premium

20240228113703moty2016-jordancorney-spicy-1-3-21191da0

Prodotti premium, kit per cocktail fai-da-te e confezioni speciali: sono questi i principali interessi degli italiani appassionati di spirits secondo una ricerca di Witailer e Mr. Dee Still, rispettivamente brand specializzato in marketplace e shoppable magazine del beverage, che hanno analizzato i comportamenti d'acquisto online nell'ultimo trimestre del 2023.

La **premiumizzazione nel mondo delle bevande alcoliche**, del resto, è un trend attivo già da diversi anni e, secondo gli esperti, è stato **riverberato dalla pandemia** che ha accentuato le **esigenze di qualità più alta** da parte dei consumatori finali, alla ricerca anche di packaging esclusivi che possano esaltare ulteriormente il prodotto stesso.

GIN E WHISKY IN POLE POSITION

Il distillato più cercato su Amazon è il **gin** (con un un consistente aumento del **+8% delle ricerche generali** rispetto allo stesso periodo dell'anno 2022), seguito da **whisky, amari e rum**. Tra i brand più cliccati **Gin Mare, Tanqueray, Amuerte, Bombay e Roku**.

Sulla piattaforma di Mr. Dee Still invece a svettare nella classifica è il **whisky**, che domina sia in valore che in volume con referenze come **Hibiki, Macallan 12 e Macallan 18**. L'interazione col web aumenta anche la conoscenza delle marche del settore spirits: tra i brand più cercati **Jack Daniel's, Talisker, Jefferson, Amaro del Capo, Zacapa e Don Papa.**

IL BOOM DELLE CONFEZIONI SPECIALI

Come preannunciato, a catalizzare l'attenzione dei consumatori sono sempre di più i **packaging speciali**: su Amazon Italia in **53.000** hanno cercato **"kit per il Gin Tonic"** nel trimestre ottobre-

novembre-dicembre 2023, di cui **41.000 solo a dicembre**. Contestualmente è cresciuto l'interesse per i **Calendari dell'Avvento** e le special box, veri e propri nuovi "must have" nel mondo degli spirits.

Su Amazon Italia le ricerche di gin nella confezione **"calendario dell'Avvento"** sono state circa **9000 con picco nel mese di novembre**. Risultato analogo lo ha registrato Mr. Dee Still, confermando la tendenza e sottolineando quindi quanto possa essere **strategico per le aziende** offrire sempre più confezioni speciali dei propri prodotti, intercettando e soddisfacendo così le esigenze di una clientela fortemente attratta dall'originalità e dalla personalizzazione del prodotto.

LA CENTRALITA' DELL'E-COMMERCE

L'e-commerce, come confermato dalla ricerca, ormai è il **canale principale per i brand che commercializzano spirits**. Per i prodotti convenzionali e/o in offerta, i consumatori si affidano alle piattaforme generaliste come **Amazon** mentre per gli acquisti di referenze non reperibili a scaffale nei negozi tradizionali o per avere consigli su prodotti esclusivi, le ricerche puntano a piattaforme specializzate proprio come Mr. Dee Still che nel 2023 ha registrato una crescita delle vendite del **+45%** rispetto all'anno precedente.