Spirits online, quali i più ricercati ed acquistati?

mr-dee-still-2-min-c0b69298

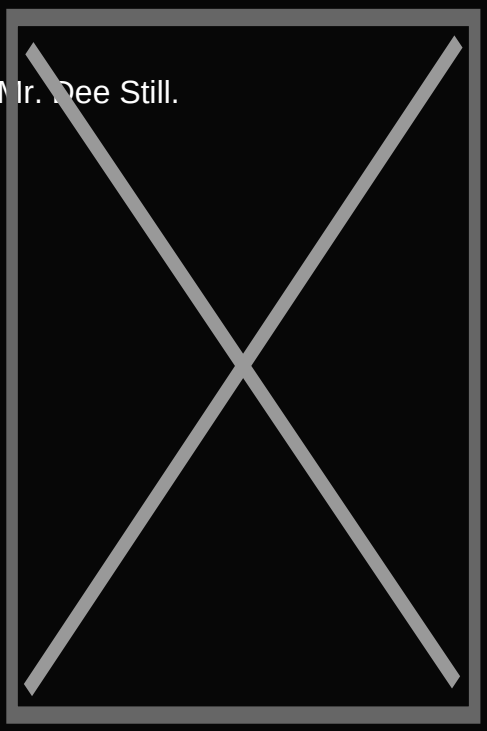
Per il 2021, l'ultimo report di Federvini ha evidenziato un valore settoriale di circa 4 miliardi di euro di fatturato per i liquori e acquaviti (i cosiddetti spirits), di cui 1,6 miliardi all'export (raddoppiatosi negli ultimi 5 anni) e 2,4 miliardi sul mercato interno. Inoltre, dati Nielsen hanno evidenziato come il mercato degli alcolici sia decollato durante e dopo il 2020, con un aumento delle vendite online di quasi il +250%.

Un trend che sembra non volersi fermare: un recente rapporto della IWSR Drinks Market Analysis, infatti, ha stimato che **il valore** di questa industria **potrebbe raggiungere i 40 miliardi di dollari entro il 2024.**

Ma quali sono gli spirits - ovvero quelle bevande alcoliche ottenute dalla distillazione di cereali, frutta o verdura che sono già stati sottoposti a fermentazione alcolica (quindi Gin, Whisky, Rum, Spumante, Champagne, Liquori, Amari) - **preferiti dagli italiani**, quando si tratta di **acquisti online?**

Hanno provato a rispondere a questa domanda **Witailer**, una delle più grandi agenzie di consulenza italiane per la vendita sui principali marketplace ed e-commerce, e **Mr. Dee Stil**, il primo shoppable magazine del mondo del beverage. La conclusione? A livello di volumi di ricerca, le categoria più ricercata in assoluto è quella relativa al **Gin**; seguono poi **Spumanti & Champagne, Rum e Whisky.**

La stagionalità delle ricerche: non più solo nel periodo "di punta"
In generale, gli **spirits** si mostrano come una **categoria stagionale** che raggiunge il picco di ricerche e di acquisti durante il periodo di novembre, dicembre e gennaio (quindi in concomitanza delle festività invernali e soprattutto di Natale e Capodanno). Tuttavia, i consumatori italiani stanno mostrando sempre più interesse anche nel resto dell'anno, ad esempio nel mese di settembre, come ha rilevato



I brand preferiti dagli italiani e una leadership affermata

Gli italiani hanno gusti e preferenze ben definite per qualunque tipologia di spirits. Per gli amari, tra i brand che vanno per la maggiore vi sono Jefferson, Rupes, Amaro del Capo Riserva; per i Gin si parla di Tanqueray, Bombay, Roku; per il Rum Zacapa, Don Papa, Diplomatico, per il Whisky Jack Daniel's, Talisker, Macallan; mentre per Spumanti e Champagne gli italiani prediligono Dom Pérignon, Santero, Aviva.

Inoltre, quello del **Gin** è un trend affermato non solo su Amazon, marketplace generalista per antonomasia, ma anche sui pure-player di settore: su Mr. Dee Still, ad esempio, sempre nel periodo di riferimento, risulta una delle categorie più rilevanti.

Le differenze di acquisti tra un marketplace generalista e uno specializzato
La differenza tra un marketplace come Amazon e un pure-player verticale come Mr. Dee Still sta nel tipo di prodotto ricercato: se **su Amazon prevalgono infatti ricerche di prodotti meno di nicchia** e che godono di grande awareness (come Baileys per i liquori o Jack Daniel's per il Whisky), **su piattaforme di settore come Mr. Dee Still sono privilegiati i prodotti storici in edizioni limitate** ma anche prodotti accattivanti in categorie emergenti (come la tequila) e che sono difficilmente reperibili su shop online più generalisti.

Un esempio esplicativo a tal proposito è dato dalla categoria degli **Amari**, che su Amazon.it è molto poco rilevante a livello di volume di ricerca, e privilegia brand noti come Amaro Del Capo o Jefferson,

mentre su Mr. Dee Still rappresenta una delle categorie più interessanti, con ricerche di amari locali come Amaro Camatti e Mirto Silvio Carta ricetta storica.

Lo stesso avviene per lo **Champagne**, la cui marca più cercata su Amazon.it è il famosissimo brand Dom Pérignon, mentre su Mr. Dee Still è il Cristal, brand ultra premium della Maison Louis Roederer. In generale, poi, la categoria Spumanti & Champagne su Amazon.it è caratterizzata in **grande quantità da ricerche di prodotti a prezzi scontati:** sempre nello stesso periodo di analisi, il termine di ricerca aumentato in volume più del +1000% rispetto all'inizio del periodo considerato è stato infatti "champagne offerta".

Gli italiani cercano direttamente la marca oppure prediligono ricerche generiche?
Nonostante su Amazon.it prevalgano le ricerche di prodotti di brand molto conosciuti, alcune sotto-categorie di spirits mantengono ancora una grossa fetta di ricerche generiche (ciò significa che gli utenti cercano i prodotti mediante parole chiave generiche, spesso di descrizione di prodotto). Ed è proprio il caso delle sotto-categorie meno sviluppate su Amazon.it, come Amari e Liquori, che si mantengono su percentuali di ricerche generiche che superano l'80%.

In linea generale, **maggiore è la percentuale di ricerche branded** (e cioè quando gli utenti digitano nella barra di ricerca direttamente il brand specifico che vogliono acquistare), più la sotto-categoria sarà dominata da brand top-of-mind: sarà quindi una categoria **più concentrata e meno facile da presidiare per un nuovo player.** Ad esempio, le sotto-categorie Spumante & Champagne e Rum sono quelle con la preponderanza maggiore di ricerche branded.

Interessante da questo punto di vista è sempre la **sottocategoria del Gin**, che nonostante mantenga la leadership di categoria in termini di volumi di ricerca, è composta da meno del 20% di ricerche branded. Ciò denota una **grossa opportunità per eventuali immissioni nel mercato** da parte di aziende produttrici del settore, che potrebbero sfruttare strategicamente questo gap esistente tra domanda e offerta.