

FOOD SERVICE

FOOD COURT, SCENARIO 2024

LA SECONDA EDIZIONE DELL'OSSERVATORIO FOOD COURT HA DEFINITO IL PROFILO DEL CONSUMATORE E GLI INDICATORI ECONOMICI PER I RETAILER



SPIRITS

È POSITIVO IL TREND DI LIQUORI E DISTILLATI NEL FUORI CASA GRAZIE SOPRATTUTTO ALLE ECCELLENTI PERFORMANCE DELLA MIXABILITY

Luca Sessa

© Riproduzione Riservata



IN BREVE



▲ PREMIUM

I segmenti premium e super premium mostrano una crescita più rapida rispetto agli standard



▲ MIXOLOGY

Il felice momento della miscelazione ha permesso di ampliare ancora di più la gamma dei prodotti



▲ WHISKY

Stati Uniti e Irlanda guideranno la crescita fino al 2028, ma anche i whisky giapponesi registrano previsioni molto positive



▼ INFLAZIONE

Il caro prezzi ha modificato il modo di bere, con i consumatori sempre più orientati a bere meno



▲ AGAVE

Gli spirits a base di agave continuano a crescere, trainati dalla popolarità di cocktail come il Paloma



▼ CLIMA

L'imprevedibilità delle condizioni climatiche ha avuto ripercussioni sui momenti di convivialità all'aperto

AMARI Anno terminante luglio 2024

Vendite a valore €
73.233.446Var %
↑ +9Vendite a volume L
4.510.592Var %
↑ +6,2

CONSUMI

• Gli spirits piacciono alle giovani generazioni

In base ai dati TradeLab, gli amari, con il 41%, e i distillati, con il 32%, sono le due categorie più consumate dagli italiani, seguite dalla grappa con il 14% e i liquori dolci con il 13%. Da sottolineare che i consumatori di liquori e distillati sono prevalentemente gli uomini (70%), mentre, in riferimento alle fasce di età, sono i giovani di 18/24 anni e le persone con età compresa tra i 45 e i 54 anni a essere in cima alla classifica. **Tra le occasioni di consumo, la cena e il dopo cena continuano a recitare un ruolo da protagonista:** sei consumazioni su dieci sono effettuate in queste occasioni, secondo l'analisi di TradeLab. Nel dettaglio, la cena rappresenta il 41% delle consumazioni, il dopo cena il 16 per cento, ma è interessante anche il dato fatto registrare dal pranzo con il 31%. In generale si osserva una tendenza verso il consumo di grandi cocktail e bevande lisce durante le occasioni speciali, mentre nelle situazioni più quotidiane e negli aperitivi prevale la preferenza per bevande a bassa gradazione, come vino e birra. Nel canale off trade emerge la necessità di proporre un'offerta capace di distinguersi dai grandi marchi e dalle private label, garantendo prodotti di qualità con un rapporto qualità/

prezzo adeguato, in grado di soddisfare un cliente sempre più attento e consapevole.

• Crescono gli amari e i liquori dolci

Secondo l'analisi di Circana (vendite dei grossisti bevande, At luglio 2024), **nel fuori casa la categoria degli amari ha fatto registrare un aumento dei volumi del 6,2%**, mentre il valore, visto il nuovo incremento dei prezzi, è aumentato del 9 per cento. Aumenti costanti in tutte le aree del Paese tra che per il Centro e Sardegna, che pur con valori positivi, cresce con minore intensità (rispettivamente 1,4% e 4,1%). Anche i liquori dolci, sempre secondo i dati dell'analisi condotta da Circana, hanno segno positivo in entrambe le voci, con una crescita del 4,1% a volume e del 5,1% a valore. Il Centro (e Sardegna) anche qui ha il dato più basso, con l'1,7% a volume, ma per quel che concerne la performance a valore è il Nord-Ovest ad avere la crescita minore con il 2,5%. Davvero significativa la crescita registrata nel Sud, sia per gli amari che per i liquori dolci: +10,7% e +8,7% a volume, +13,8% e +12,8% a valore. Da segnalare inoltre che oltre il 75% del mercato degli amari è coperto, a valore, da Gruppo Montenegro, Gruppo Caffo 1915 e Campari Group. ●

RANKING DEI PRODUTTORI A VALORE

AT luglio 2024

- 1 Gruppo Montenegro
- 2 Gruppo Caffo 1915
- 3 Campari Group

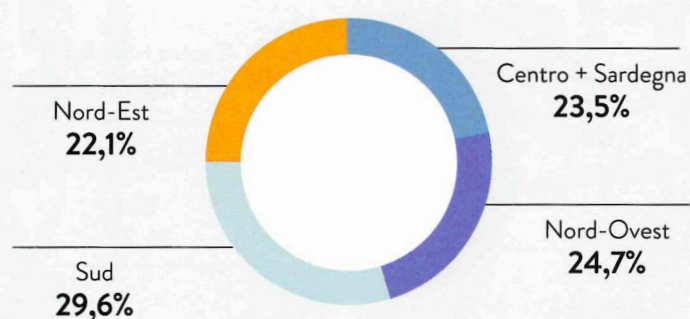


I primi tre produttori coprono a valore il **75,6%** del mercato

Totale Italia grossisti bevande - fonte: Circana

AMARI, INCIDENZA A VALORE PER AREA

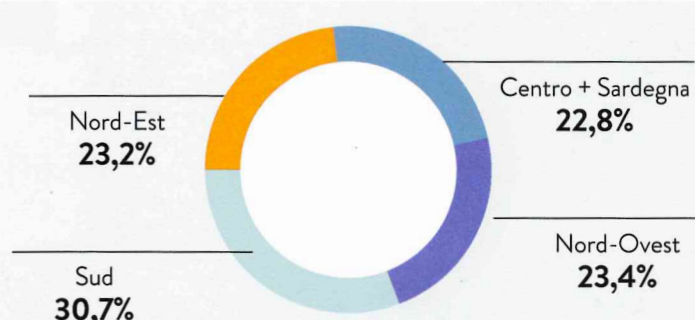
AT luglio 2024



Totale Italia grossisti bevande - fonte: Circana

AMARI, INCIDENZA A VOLUME PER AREA

AT luglio 2024



Totale Italia grossisti bevande - fonte: Circana

I LIQUORI DOLCI, IN BASE ALL'ANALISI DI CIRCANA SULLE VENDITE DEI DISTRIBUTORI, CRESCONO A VOLUME DEL 4,1%

LIQUORI DOLCI Anno terminante luglio 2024

Vendite a valore €
77.805.935

Var %
↑ +5,1

Vendite a volume L
5.468.783

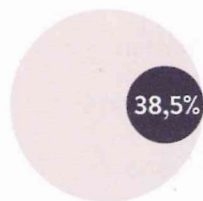
Var %
↑ +4,1

Totale Italia grossisti bevande - fonte: Circana

RANKING DEI PRODUTTORI A VALORE

AT luglio 2024

- 1 **Molinari**
- 2 **Diageo Italia**
- 3 **Pernod Ricard**

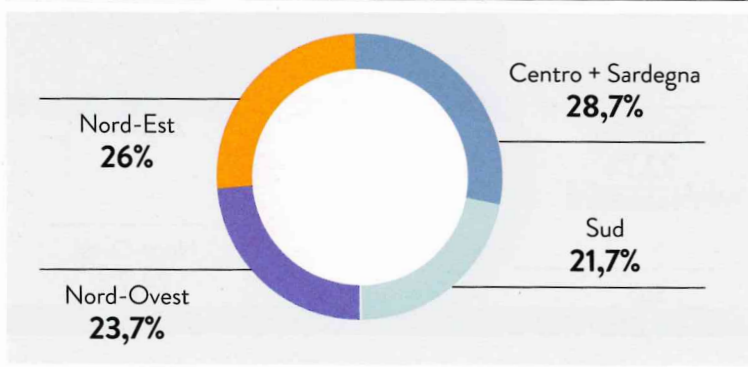


I primi tre produttori coprono a valore il **38,5%** del mercato

Totale Italia grossisti bevande - fonte: Circana

LIQUORI DOLCI, INCIDENZA A VALORE PER AREA

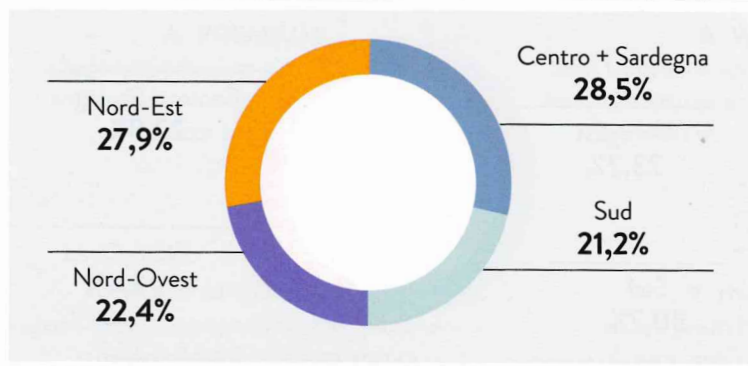
AT luglio 2024



Totale Italia grossisti bevande - fonte: Circana

LIQUORI DOLCI, INCIDENZA A VOLUME PER AREA

AT luglio 2024



Totale Italia grossisti bevande - fonte: Circana



Botti di invecchiamento del whisky

CRESCE IL CONSUMO DI PRODOTTI A FILIERA CORTA, SOPRATTUTTO NEL SEGMENTO DELLE BEVANDE A BASSA GRADAZIONE ALCOLICA

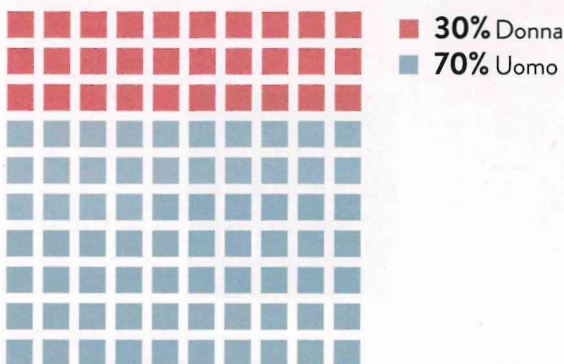
FILIERA

- **Premiumizzazione e tracciabilità, fattori fondamentali**

L'elemento principale è il cambiamento nella percezione di sicurezza da parte del consumatore, che si traduce in acquisti più impulsivi e orientati all'evasione da un contesto quotidiano carico di ansia e tensione. Diventa quindi cruciale la capacità di **offrire un'esperienza e un ambiente che permettano al cliente di distaccarsi dalla routine**. Si osserva una grande frattura all'interno dell'industria: da un lato, la necessità di sostenere i volumi dei grandi brand, dall'altro, un uni-

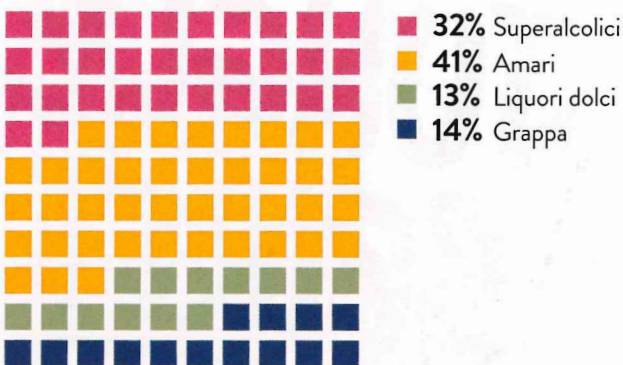
verso di piccoli marchi che si sta restringendo dopo una significativa espansione negli ultimi dieci anni. Parallelamente, cresce il consumo di prodotti a filiera corta, soprattutto nel segmento delle bevande a bassa gradazione alcolica. Il mercato, inoltre, conferma la forte tendenza alla premiumizzazione, con un crescente numero di lanci di nuove referenze ricercate nell'utilizzo di materie prime, nella lavorazione e nella progettazione del packaging. Da non trascurare l'importanza del tema legato alla tracciabilità, all'origine di ingredienti e materie prime e la loro zona di provenienza. ●

RIPARTIZIONE DELLE CONSUMAZIONI PER GENERE



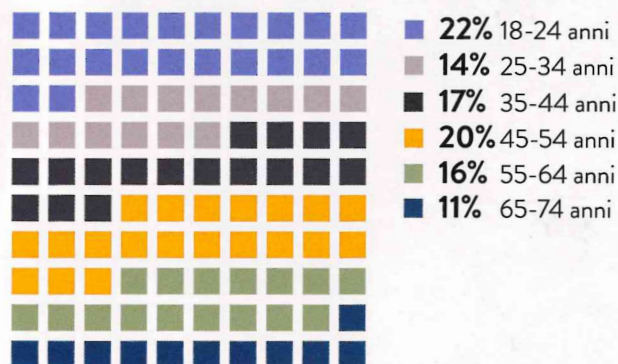
Fonte: TradeLab

RIPARTIZIONE DELLE CONSUMAZIONI PER TIPOLOGIA



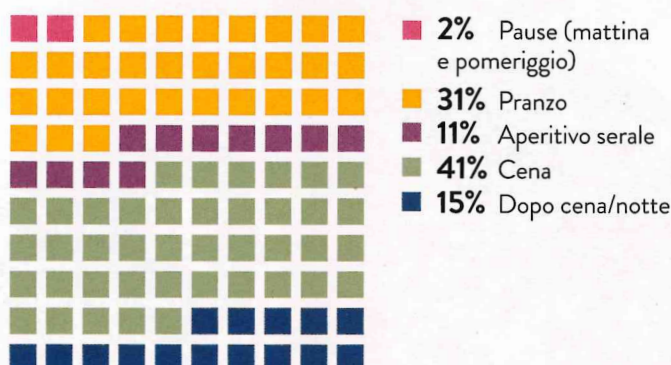
Fonte: TradeLab

RIPARTIZIONE PER FASCIA D'ETÀ



Fonte: TradeLab

RIPARTIZIONE DELLE CONSUMAZIONI PER OCCASIONI DI CONSUMO



Fonte: TradeLab

PRODUZIONE ED EXPORT

• Numeri positivi per il comparto Made in Italy

Il settore degli spirits in Italia conta circa 600 imprese per un fatturato aggregato superiore ai 5 miliardi di euro, di cui il 30% ottenuto sui mercati esteri.

Secondo i dati di Nomisma, illustrati lo scorso maggio al Roma Bar Show, **le esportazioni di spirits nel 2023 hanno superato 1,67 miliardi di euro**, ovvero più del doppio (+115%) di quanto venduto oltre frontiera nel 2017. Sul mercato nazionale, sempre lo scorso anno, le vendite nel canale moderno sono state pari a 1,22

miliardi di euro, suddivise tra distillati e acqueviti (42,6%), liquori e amari (38,8%) e aperitivi alcolici (18,6%). Il mercato, dunque, si è dimostrato resiliente in un anno, il 2023, caratterizzato da tensioni geopolitiche e un'impennata dell'inflazione che ha indebolito l'intera economia dell'eurozona.

Da sottolineare, infine, che il settore degli spirits in Italia è trainato dal gin, che ha portato all'apertura di nuovi locali.

La sua grande popolarità è dovuta certamente all'ampio utilizzo come ingrediente madre nella mixology. ●



Una fase dell'imbottigliamento del whisky

IN ITALIA IL SETTORE DEGLI SPIRITS ANNOVERA 600 AZIENDE, PER UN FATTURATO COMPLESSIVO DI 5 MILIARDI DI EURO

GRUPPO MEREGALLI

Obiettivo? L'alta ristorazione

Dati altalenanti ma che confermano i trend positivi di alcune tipologie di prodotto. Questa la fotografia del mercato degli spirits per il fuori casa fatta da Meregalli Spirits, società del Gruppo Meregalli, leader in Italia nella distribuzione di vini e spirits nazionali e internazionali. "Osserviamo una importante crescita per quel che riguarda il mondo dei prodotti a base di agave e gli analcolici, ma tengono bene anche i mercati del whisky e quello del rum – afferma **Marco Vicentini, Direttore commerciale Meregalli Spirits** –. Si registra inoltre un calo di vendite sui prodotti più accessibili e con prezzi contenuti, come la grappa, mentre la fascia super premium mantiene costanti le vendite. Rispetto ad altri settori abbiamo sicuramente aumentato meno i costi e stiamo lavorando con

i nostri partner per non aumentare i prezzi di listino per l'anno prossimo. Il 'bere bene' deve rimanere un lusso accessibile". L'azienda sta puntando sull'alta ristorazione con serate a tema abbinamento food-cocktail: "L'evento che abbiamo realizzato il 30 settembre in Terrazza Martini con Champagne Bollinger e Santa Teresa Rum è l'inizio dello sviluppo futuro – sottolinea Vicentini –: quello di creare una sinergia tra il mondo del vino e il mondo dei distillati". Nel 2024 è stato siglato l'accordo con il Gruppo Bacardi Martini per la distribuzione di una selezione di referenze di superalcolici e la collaborazione sta dando ottime soddisfazioni. "In futuro ci focalizzeremo sulla distribuzione di brand forti, promuovendo una serie di attività per aumentare la visibilità – conclude Vicentini –.



Marco Vicentini, Direttore commerciale Meregalli Spirits

Un canale per noi strategico, che presiederemo con attività mirate, sono le enoteche: attenzione nell'allestimento di vetrine, attivazione di concorsi, incentive e viaggi premio per gestori e clienti. Inoltre, abbiamo aggiunto a listino una nuova referenza, 'Per Se' (aperitivo portoghese), sulla quale lavoreremo per un posizionamento super premium, in perfetto stile Gruppo Meregalli".

LIQUORI				
Prodotto	Amaro Silano	Autentico liquore di caffè	Vecchio Amaro del Capo	Fontbonne 1874
Brand	AMARO SILANO	AUTENTICO	CAFFO 1915	FONTBONNE
Azienda	Liquorificio 1864	Trucillo	Gruppo Caffo 1915	Meregalli Spirits
Plus	<ul style="list-style-type: none"> • Ottenuto da macerazione lenta di erbe selezionate nel territorio della Sila • Proprietà digestive • Liquore con sfumature di gusto erbaceo e agrodolci 	<ul style="list-style-type: none"> • Bottiglia essenziale, pulita • A base di caffè Arabica • Adatto ai cocktail bar 	<ul style="list-style-type: none"> • Ottenuto da erbe benefiche, fiori, frutti e radici, della terra calabrese • Va servito assolutamente ghiacciato • Ideale da consumare liscio o all'interno dei cocktail 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampia disponibilità di prodotto • Utilizzo di erbe di alta qualità • Prodotto versatile per la miscelazione, oltre al consumo liscio
Formato	Bottiglia da 70 cl	Bottiglia da 70 cl	Bottiglia da 70 cl	Bottiglia da 70 cl
Posizionamento	Premium	Premium	Premium	Premium

DISTILLATI



Prodotto	Mr. Higgins London Dry Gin	Gin Ginnastic Match Citrus Blend	Grappa OF di Amarone Barrique	Santa Teresa Rum	Yamazaki Islay Peated Malt Whisky
Brand	GAMONDI	GINNASTIC AMARI E AFFINI	OF BONOLLO	SANTA TERESA	YAMAZAKI
Azienda	Toso	Compagnia dei Caraibi	Bonollo 1908	Meregalli spirits	Stock Spirits Italia
Plus	<ul style="list-style-type: none"> • Ottimo servito liscio, oppure miscelato in cocktail e long drink • Aroma old style • Gusto intenso 	<ul style="list-style-type: none"> • Artigianalità • Qualità delle materie prime • Contemporaneità del prodotto 	<ul style="list-style-type: none"> • Frutto della distillazione delle vinacce da cui viene ottenuto il vino Amarone della Valpolicella • Eccezionale ricchezza e vivacità aromatica • Invecchia in piccole Barrique di Rovere francese 	<ul style="list-style-type: none"> • Invecchiamento con metodo Solera: blend di rum tra i 4 e i 35 anni • Aroma fruttato con note di miele e legno • Gusto ricco e raffinato 	<ul style="list-style-type: none"> • La torba di Islay conferisce una sensazione in bocca morbida e dolce • Sentori di arancia amara • Finale caldo e fumoso
Formato	Bottiglia da 1 l	Bottiglia da 70 cl	Bottiglia da 70 cl	Bottiglia da 70 cl	Bottiglia da 70 cl, 1 l
Posizionamento	Premium	Premium	Premium	Premium	Premium