vinetur

El sector se enfrenta al reto de reducir la graduación del vino

La tendencia hacia bebidas sin alcohol o con baja graduación se acelera, superando a la categoría general de vinos

martes 21 de septiembre de 2021



La tendencia mundial hacia beber menos alcohol ha hecho que el sector del vino "light" y sin alcohol crezca muy por encima del mercado total del vino en los últimos años.

Según el IWSR, entre 2015 y 2020, la tasa de crecimiento anual promedio fue del 25%, y pronostican que en los próximos cinco años, el sector disfrutará de un crecimiento anual del 15%, en comparación con menos del 1% para el mercado general del vino.

Sin embargo, en términos absolutos, el segmento del mercado de bebidas sin alcohol y bajo contenido alcohólico es todavía muy pequeño y representa solo 9,3 millones de cajas en todo el mundo, lo que representa menos de la mitad del 1% del consumo total, según revela un informe de Wine Australia.

Pero a medida que la tendencia a beber menos se acelere, especialmente entre los consumidores más jóvenes que están impulsando la tendencia, las ventas sin duda seguirán. Así, según Wine Intelligence, el 39% de los bebedores de vino habituales en todo el mundo afirman estar tratando de limitar su consumo de alcohol, y en algunos países, como Australia, la cifra es aún mayor, con un 46% de consumidores de todas las edades y más de la mitad (56%) del grupo de edad de 18 a 34 años que intenta reducir. Se encontraron resultados similares en el Reino Unido, donde el 39% de todos los bebedores de vino habituales dijeron que estaban tratando de reducir en comparación con el 56% de los bebedores más jóvenes. En los EE. UU., poco más de un tercio (36%) de los bebedores habituales dijeron que estaban tratando de frenar su consumo, en comparación con casi la mitad, el 49% de los consumidores más jóvenes.

Más de una quinta parte (22%) de los bebedores de vino habituales, según el informe de WI, dijeron que estaban reduciendo el consumo al no beber en absoluto en algunas ocasiones, mientras que el 14% de los encuestados dijo que eligieron bebidas sin alcohol, y el 13% eligió alternativas bajas en alcohol.

Los factores clave para comprar bebidas sin alcohol o con bajo contenido de alcohol son: 'es mejor para mi salud', 'disfruto el sabor' y 'me gusta mantener el control', según Wine Intelligence, mientras que, a la inversa, las tres barreras principales para no consumirlo son 'no tiene suficiente alcohol ', 'no es realmente vino' y 'no me gusta el sabor '.

El vino con bajo contenido de alcohol representó dos tercios (66%) de la categoría sin alcohol o con bajo contenido de alcohol en 2020 y tuvo más del doble del crecimiento del valor del sector sin alcohol.

Además, en los EE.UU., el vino con bajo contenido de alcohol tiene una participación mucho mayor que el que no tiene alcohol, en gran parte debido a la creciente fuerza del movimiento de salud y bienestar. Sin embargo, en la mayoría de los demás mercados, los vinos sin alcohol se consideran superiores en calidad y mejor valor.

Otras dificultades que rodean a los productos con bajo contenido de alcohol vienen con su comercialización, ya que existen reglas estrictas sobre el uso del término 'vino', que varían de un mercado a otro. Además, existe mucha confusión entre los consumidores en torno a los términos 'bajo contenido de alcohol' o 'baja graduación' y 'sin alcohol'.