vinetur

La Florida guida il mercato statunitense del rum verso la premialità

I nuovi dati dell'IWSR evidenziano il ruolo della Florida nella tendenza alla premiumisation del rum

giovedì 7 novembre 2024



Secondo i nuovi dati dell'IWSR US Navigator, che segue le tendenze del mercato delle bevande alcoliche, la Florida è emersa come uno stato chiave che sta guidando l'aumento del rum negli Stati Uniti. Mentre il rum è generalmente in calo in tutto il Paese, la Florida si distingue per l'impressionante spostamento verso prodotti a base di rum di qualità superiore.

Il rapporto evidenzia che il rum ha registrato solo una crescita modesta durante la pandemia, con un aumento dei volumi del 4% dal 2019 al 2020 e del 2% dal 2020 al 2021. Questo incremento è stato minore rispetto al mercato complessivo degli alcolici, che ha registrato una crescita del 5% in entrambi gli anni. Dal 2022, le vendite di rum sono diminuite, con il rum aromatizzato - che costituisce il 43% dei volumi totali di rum negli Stati Uniti - che ha subito le perdite più consistenti.

Otto Stati rappresentano la metà del consumo di rum della nazione, con la Florida in testa come mercato più grande. La quota della Florida sul consumo totale di rum è passata dal 12% nel 2019 al 15% nel 2024. Dopo la Florida ci sono New York con l'8%, la California con il 7%, il Texas con il 6% e Pennsylvania, Michigan, Illinois e Wisconsin con il 4% ciascuno. Tuttavia, tutti questi mercati principali hanno subito un calo dei volumi dal picco del rum nel 2021. Il calo della Florida è stato relativamente moderato, pari al 3%, mentre New York ha registrato un calo dell'1% e la California un calo sostanziale del 7%. Diversi Stati, tra cui New Jersey, Massachusetts e Georgia, hanno registrato cali ancora più consistenti, fino all'8%.

Nonostante questa contrazione generale, la tendenza alla premialità - il passaggio dei consumatori da opzioni più economiche a opzioni di qualità superiore - è rimasta forte. In Florida, la fascia di prezzo Standard per il rum è cresciuta drasticamente da una quota di mercato del 15% nel 2019 al 43% nel 2024, mentre il segmento Value si è ridotto dall'80% al 51%. A New York si è assistito a dinamiche diverse, con il segmento Premium-and-above che è passato dal 7% al 12% del mercato, registrando la maggiore crescita del rum premium tra i principali Stati.

La premialità nei vari segmenti del rum dimostra che, sebbene il rum si stia spostando verso l'alto, il cambiamento è ancora concentrato nelle fasce di prezzo più basse. Tra il 2019 e il 2024, la quota del segmento Value è scesa dal 52% al 42%, mentre lo Standard è passato dal 42% al 51%. La categoria Premium e oltre ha registrato un lieve aumento, passando dal 6% al 7%. Fa eccezione il rum scuro, che ha registrato guadagni più consistenti; il suo segmento Premium-and-above è salito dall'11% al 17% della quota di mercato. Tuttavia, il rum bianco e quello aromatizzato non sono riusciti a crescere in modo significativo, e il segmento Premium-and-above è rimasto fermo al 4%.

Secondo Marten Lodewijks, presidente della divisione statunitense dell'IWSR, una delle principali sfide per il rum è la mancanza di uno standard di produzione unificato, che complica gli sforzi per costruire una chiara gerarchia di qualità. Ha inoltre osservato che i rum premium rimangono relativamente accessibili rispetto ai whisky e alle tequile di fascia alta, rappresentando un'opportunità strategica per i marchi. Nonostante il frequente lancio di nuove varianti, l'assenza di marchi di rum completamente nuovi ha ostacolato l'entusiasmo dei consumatori, soprattutto rispetto a categorie in forte espansione come la tequila e il whisky americano.

Lodewijks suggerisce che la categoria del rum potrebbe beneficiare di una maggiore attenzione ai prodotti pronti da bere (RTD), che stanno guadagnando popolarità. Innovazioni come la collaborazione di Captain Morgan con Vita Coco, che abbina il rum all'acqua di cocco, potrebbero essere un modo per riaccendere l'interesse per il rum e soddisfare le preferenze dei consumatori in evoluzione.