



ProWein 2012 – Articolo a serie limitata – Novembre 2011

Tendenze degli alcoolici: Tendenza verso l'individualità.

La ProWein, fiera leader internazionale per i vini e gli alcoolici diventa annualmente a Marzo, Meeting Point e Business Plattform in tutti i settori internazionali del vino e degli alcoolici. Offerenti provenienti dalle più rilevanti nazioni vinicole si presenteranno a Düsseldorf al pubblico internazionale specializzato. Anche nel settore alcoolici della ProWein si è registrato negli ultimi anni un incremento e le previsioni per il 2012 sono ottime: oltre 300 espositori presenteranno la loro gamma di prodotti, sia aziende leader nel mercato internazionale come pure piccoli produttori ed importatori, che mostreranno delle novità esclusive e specialità tipiche locali. Inoltre in moltissimi stand è possibile scoprire vini pregiati ed alcoolici provenienti da tutto il mondo. Ulteriori scoperte ed informazioni sulle tendenze attuali degli alcoolici si potranno avere visitando la FIZZZ-Lounge.

Consumo degli alcoolici nel confronto internazionale

Secondo informazioni fornite dall'Istituto di Ricerca Economica (Institut für Wirtschaftsforschung e.V.), il consumo ufficiale medio pro capite di alcoolici in Germania nel 2010 era di 5,4 litri e quindi uguale al livello raggiunto nell'anno precedente. All'inizio del 1991 il consumo medio pro capite di alcoolici in Germania era di 7,5 litri. Statisticamente parlando, il consumo di alcoolici è in diminuzione non solamente in Germania ma anche nella maggior parte dei Paesi dell'Europa Occidentale. Secondo gli studi dell'International Wine & Spirit Record (IWSR), in un confronto internazionale, la Germania con il suo consumo pro capite di alcoolici occupa una posizione media tra i paesi consumatori. Con i suoi 5,4 litri di alcoolici pro capite, la Germania ha occupato nel 2009 il 18mo posto della scala europea. Nel confronto internazionale la Germania occupava il 41mo posto, lontano dalla capolista Corea del Sud in testa

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany

04. - 06.3.2012

www.prowein.com


Messe
Düsseldorf

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany

Telefon +49 (0) 2 11/45 60-01
InfoTel +49 (0) 2 11/45 60-9 00
Telefax +49 (0) 2 11/45 60-6 68
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de

Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Joachim Schäfer
Bernhard Stempfle
Hans Werner Reinhard (Stv. GF)
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Dirk Elbers

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung



con 24,8 litri pro capite. In generale i mercati attualmente in rapida crescita per il consumo di alcoolici sono nell'Area Asiatica. Anche se naturalmente le nazioni popolate come la Cina e l'India stanno attirando sempre più l'interesse dei produttori di alcoolici.

Mix di alcoolici in crescita

Il GfK Consumer Tracking, un istituto internazionale di ricerche di mercato è in grado di fornire dei dati che riguardano il raggio d'azione dei diversi tipi di alcoolici nell'anno 2010. Tutti i mix di alcoolici segnalano un aumento nel consumo. In particolare le varianti di Rum raggiungono più persone rispetto all'anno precedente. Ma anche Gin, Tequila, Vodka e Bourbon trovano sempre più eco tra i consumatori. In declino è il consumo degli alcoolici che vengono consumati puri. Tutte tendenze di consumo per i Paesi occidentali che vengono confermate dall' IWSR ma anche da piattaforme su internet come: Drinks International (drinksint.com) e Just Drinks (just-drinks.com). Il mercato asiatico incomincia proprio ora a scoprire prodotti di qualità. Non è quindi ragionevole, guardando al futuro, concentrarsi solo sui Mix di alcoolici.

Gli esperti internazionali prevedono la crescita dei piccoli produttori

Uno dei più esperti conoscitori di alcoolici e cocktail di oggi, Gary Regan, un inglese che vive in USA e che ha operato in tutto il mondo, interrogato in merito non ha esitato a dare la seguente risposta: „Rum, Rum e Rum“, il consumo di questa bevanda è in continua crescita a tutti i livelli di consumatori. Questo viene anche confermato da Simon Webster, direttore dell' Onlinemagazines BarLifeUk: „ Negli ultimi anni l'incremento del consumo di rum e la sua popolarità non hanno trovato concorrenza.“ Egli prevede che il consumo della bevanda Cachaca, „ a causa della sua similitudine al rum potrebbe ricevere un incremento. „ Specialmente quando gli importatori potranno scoprire delle piccole marche di prodotti fatti a livello artigianale ed autentici.“ Webster, che ha vissuto per parecchi anni in Australia non vede un incremento per le marche indipendenti di rum ma prevede inoltre che le marche indipendenti di Cachaca, avranno un'ottima chance in futuro ed

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany
04. - 06.3.2012
www.prowein.com





ancora può prevedere uno sviluppo simile anche nella linea delle bevande contenenti Gin.“ „ Negli ultimi anni sono nate numerose piccole marche indipendenti di varianti di Gin. Un incremento che non si può osservare solamente in Inghilterra.“ Una tendenza verso le micro-distillerie?

Barbara Becker, capo redattore della rivista specializzata FIZZ, riscontra la seguente evoluzione: „ La ruota delle novità gira sempre più veloce e i prodotti nuovi ancora nascosti e con limitata disponibilità attirano sempre più l'attenzione dei barman professionisti. Per soddisfare la ricerca di novità, anche le marche affermate cercano di tenere testa alla concorrenza e mettono sul mercato delle edizioni speciali di alcoolici. Allo stesso tempo però i cicli di vita dei prodotti diventano sempre più brevi in quanto una volta finito il momento di euforia, arriva il momento della verità: Il prodotto nuovo ha il potenziale per affermarsi oppure verrà spazzato via dall'arrivo della prossima novità?“ Anche le piccole marche si trovano coinvolte in questo scenario: „ Small Batch rientra nella scena poiché viene impiegato come strategia di raffinazione che attira l'attenzione segnalando un apprezzamento del prodotto. Come strategia di distinzione vengono integrate le qualità e le varietà esistenti come per esempio differenti tempi di stoccaggio e tempi di invecchiamento del vino.“

L'opinione unanime degli esperti dice: i produttori specializzati ed importanti sono di particolare interesse per il settore degli alcoolici. Qui la ProWein trova il cuore del settore: Oltre alle marche rinomate con imbottigliamenti limitati saranno presenti nuovamente molti offerenti con delle specialità straordinarie ed eccezionali nuove presentazioni da tutto il mondo.

Barkeeper tiene in considerazione l'individualità.

Ma cosa pensano i produttori sulle tendenze attuali? Anche Hubertus Vallendar della distilleria Vallendar è della stessa opinione: „Negli ultimi 25 anni è cambiato molto. Nonostante le tendenze in calo dei consumi avanzano a livello internazionale prodotti nuovi.“ Secondo lui „il mercato europeo si diversifica, particolarmente perché diventa sempre più

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany
04. - 06.3.2012
www.prowein.com





importante per i consumatori di distaccarsi dai soliti prodotti, consumando e privilegiando sociali prodotti artigianali.“ In questo contesto egli si astiene in maniera assoluta a discutere sulla qualità, poichè „ quei prodotti la cui qualità non sia buona dovrebbero rinunciare ad entrare sul mercato.“Rob Cooper della Cooper International Spirits sottolinea anche la tendenza in corso verso i prodotti fatti artigianalmente: „ Il cammino verso la qualità è stato già imboccato, adesso i Barkeeper, Connaissseure ed i normali consumatori vogliono ascoltare da persone disponibili, storie di prodotti autentici. In particolare i Barkeeper vogliono identificarsi con i loro prodotti e cercano di entrare in contatto anche con i produttori.“ Inarrestabile è secondo lui un progressivo avanzamento della cultura attuale dei cocktail, in quanto „ già presente in USA ed anche in Europa questa cultura delle bevande-mix sarà sempre più intensificata „ Di conseguenza: „ In questo contesto i piccoli produttori saranno sempre conosciuti.“ E si può almeno notare che attualmente, soprattutto nei paesi occidentali ma anche nell’Europa Orientale nascono ogni anno micro-distillerie attrezzate alla produzione con alto grado di artigianalità. Ciò che Vallender cita come „Diversificazione“, viene citata come „Fragmentazione“ da Dr. Stephan Susen, Amministratore delegato della casa tedesca Kreuzrittert GmbH, produttrice di alcoolici e continua: „ I mercati si aprono sempre di più, perfino i grandi produttori cercano di trovare il loro posto sul mercato e piazzare i loro prodotti eccezionali prodotti artigianalmente., Secondo lui „Questi esperti sono già approvvigionati con prodotti ben fatti, conoscono la storia ed il background di queste tendenze e sanno gestire questa situazione.“ Così „queste conoscenze devono essere trasmesse al pubblico in modo tale da destare anche l’interesse del consumatore.“.

Nel complesso questa tendenza viene supportata anche dai Bar perchè colui il quale ha imparato veramente questa professione non ha paura di preparare lui stesso sciroppi, amari,liquori ed infusi vari o perfino di tagliare i pezzi di ghiaccio. Un lavoro artigianale molto fine, per dare originalità all’offerta gastronomica, sempre più richiesto sia dai proprietari di bar che dai barman ma anche da parte dei consumatori e

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany
04. - 06.3.2012
www.prowein.com


Messe
Düsseldorf



dei produttori di alcoolici. Anche questa tendenza di entusiasmo artigianale viene presentata alla ProWein 2012: con il motto „The Do-it-yourself-Labor – Infusions, Bitters & Co.” gli „Alchimisti della Gastronomia „ nella FIZZZ-Lounge del padiglione 7 portano una ventata di freschezza con le loro ricette segrete.

L'autore Bastian Heuser ha lavorato come barkeeper e bar manager a Colonia, Francoforte, Londra e Berlino. Oggi è Managing Director del Beverage Consulting e Kommunikationsagentur Barworkz e scrive come libero autore, delle pubblicazioni specializzate.

Foto sulla ProWein potrete trovarle sulla Fotodatenbank nel settore „Presse Service“ all'indirizzocom www.prowein.com.

Contatto Stampa:
Messe Düsseldorf GmbH, Pressereferat ProWein
Corinna Kuhn
Brigitte Küppers (Assistente)
Tel.: 0211/4560 –598/–929
KuhnC@messe-duesseldorf.de
KueppersB@messe-duesseldorf.de
www.prowein.com

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany

04. - 06.3.2012

www.prowein.com

M[®]
Messe
Düsseldorf