



Tendencias en bebidas alcohólicas: el camino hacia la individualidad

ProWein, la feria de vinos y licores líder a nivel internacional, constituye cada marzo un punto de encuentro y una plataforma empresarial para el sector internacional de los vinos y los licores. Proveedores procedentes de los principales países viticultores se presentan al público especializado de todo el mundo en Düsseldorf. El sector de las bebidas alcohólicas de ProWein ha crecido en los últimos años y las perspectivas para 2012 son incluso mejores: más de 300 productores presentan su amplia cartera que incluye tanto líderes del mercado internacional como pequeños productores e importadores que muestran novedades excepcionales y exquisiteces típicas de cada país. Además, también se podrán descubrir tesoros del mundo del licor en numerosos stands de vinos procedentes de todo el mundo. El Lounge FIZZZ presentará las tendencias más innovadoras de la escena de licores.

Comparación internacional del consumo de bebidas alcohólicas

Según el ifo, el Institut für Wirtschaftsforschung e.V., el consumo oficial de licores en Alemania en el año 2010 se situaba en 5,4 litros de producto acabado por persona manteniendo así el mismo nivel del año anterior. No obstante, a principios de 1991 el consumo de licor por persona en Alemania era todavía de 7,5 litros. Desde un punto de vista exclusivamente estadístico, las bebidas alcohólicas registran un retroceso permanente, no solo en Alemania, sino en la mayoría de países occidentales. Si se compara a nivel internacional, de acuerdo con estudios elaborados por el International Wine & Spirit Record (IWSR), el consumo alemán de licor por persona se sitúa en el promedio de los consumidores. Con 5,4 litros, en el año 2009 la República Federal de Alemania ocupaba la 18.^a posición en

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



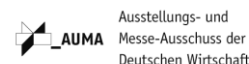
Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany

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:



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



comparación con otros países europeos. Si se compara a nivel mundial, Alemania se sitúa en la 41.^a posición, muy por detrás de Corea del Sur, el principal consumidor con 24,8 litros. Actualmente los mercados de alcohol presentan, en general, un fuerte crecimiento en la zona asiática. Naturalmente, los países emergentes y muy poblados, tales como China y la India, muestran cada vez mayor interés por los productores de licores.

La tendencia creciente de los combinados El GfK Consumer Tracking, un instituto internacional de estudios de mercado, puede presentar cifras relativas al alcance de distintas clases de licores en el año 2010. Todas las bebidas alcohólicas susceptibles de ser combinadas registran una tendencia al alza. En especial, las variantes de ron llegan claramente a más consumidores que en años anteriores. Aunque también cabe destacar que la ginebra, el tequila, el vodka y el bourbon tienen cada vez más éxito entre los consumidores. En cambio, los licores que se beben solos presentan un ligero retroceso. Todo ello tendencias que, según el IWSR pero también algunas plataformas de Internet, tales como Drinks International (drinksint.com) y Just Drinks (just-drinks.com), son aplicables a los países occidentales. Por el contrario, el mercado asiático está empezando a descubrir productos de calidad superior. Por ello, seguramente no resulta atrevido centrarse en los combinados de cara al futuro.

Los expertos internacionales consideran que el futuro es de los productos pequeños y auténticos Uno de los expertos en licores y cócteles de la escena actual que más ha viajado, Gary Regan, no duda cuando se le pregunta acerca de las tendencias actuales: “Ron, ron y ron”, responde este británico que reside en Estados Unidos, a la vanguardia en todos los niveles. Y así lo confirma Simon Webster, el Director de la revista en línea británica BarLifeUk: “En los últimos años, el auge y la popularidad del ron ha dejado a los demás destilados, en comparación, fuera de toda competencia”. Considera que la cachaza “ha podido, en consecuencia, mantener su existencia gracias a la similitud que guarda con el ron”. Especialmente, en aquellos casos en

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





los que “los importadores pueden inspirar a algunas marcas pequeñas, artesanales, de calidad y auténticas”. Webster, que ha vivido varios años en Australia, no solo considera que las marcas de ron independientes se ha fortalecido y, por lo tanto, que las marcas independientes de cachaza tendrían buenas perspectivas, sino que también puede constatar un desarrollo similar en el caso del segmento de la ginebra: “Durante los últimos años, han aparecido en el mercado muchas variantes de ginebra independientes. Una génesis que no solo se puede observar en Inglaterra”. ¿Una tendencia hacia las microdestilerías?

Barbara Becker, Redactora Jefe de la revista FIZZZ, constata el desarrollo consiguiente: “El nuevo carrusel de novedades cada vez gira con más rapidez, los productos selectos con disponibilidad limitada despiertan, sobre todo, el deseo de los profesionales de los bares. Para satisfacer la búsqueda de novedades, los grandes mercados también evolucionan y crean ediciones especiales para poder participar en esta carrera. Al mismo tiempo, los ciclos de vida de los productos son cada vez más cortos y, en consecuencia, cuando la primera gran promoción ha acabado, es la hora de la verdad: ¿tiene el producto el potencial necesario para estabilizarse o quedará relegado del mostrador con la siguiente innovación?”. También considera que las marcas pequeñas se consolidan en este sector: “Las series reducidas también tienen cabida en este escenario porque se utilizan como estrategia de refinamiento, que llama la atención y enfatiza la revalorización. Como estrategia de diferenciación cabe añadir los criterios de calidad y diferenciación anteriores, tales como distintos tiempos de reposo y maceración”.

El mensaje unánime de los especialistas demuestra que los productores especializados y auténticos generan más interés en el sector de las bebidas alcohólicas. En este aspecto, ProWein se presenta en el pulso del sector: además de grandes empresas reconocidas del sector con ediciones limitadas, como novedad se presentarán una amplia variedad de especialidades extraordinarias y novedades originales procedentes de todo el mundo.

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





Los barmans cuidan su individualidad

Pero ¿qué piensan los productores de las tendencias actuales? Hubertus Vallendar, de Brennerei Vallendar, opina lo mismo: “Durante los últimos 25 años, las cosas han cambiado. A pesar del retroceso del consumo, los productos selectos se encuentran en auge a nivel internacional”. Su punto de vista es que “el mercado europeo se diversifica de esa forma, especialmente porque los consumidores muestran cada vez más preocupación por los productos que destacan frente a los demás por ser más especiales y artesanales”. En ese contexto, no desea añadir nada más en relación con la calidad porque “quien no esté de acuerdo con eso, no hace falta ni que empiece”. Rob Cooper, de Cooper International Spirits, destaca también una clara tendencia hacia los productos artesanales: “Ya se ha recorrido el trayecto orientado a la consecución de la calidad, ahora los barmans, los entendidos y los consumidores normales solo desean oír hablar de productos auténticos de la mano de personas accesibles. En particular los barmans quieren identificarse con sus productos y, para ello, también intentan ponerse en contacto con los productores”. En su opinión, un avance adicional de la cultura de cócteles moderna resulta inexorable porque “en Estados Unidos ya está muy presente y también en Europa seguirá aumentando el nivel de las combinaciones”. Según él, el resultado está claro: “En este marco, se darán a conocer los productores pequeños”. Y es, como mínimo, constatable que actualmente en los países occidentales, pero también en Europa del Este, cada año surgen más microdestilerías cuyos procesos de producción son muy artesanales. Lo que Vallendar denomina “diversificar”, el Dr. Stephan Susen, Director de la empresa alemana de producción de espirituosos Kreuzritter GmbH, lo describe como “fragmentar”, y lo explica del modo siguiente: “Los mercados se abren cada vez más, incluso los grandes productores intentaron situarse con productos especiales, artesanales y extraordinarios”. “Los expertos”, opina, “desean productos bien fabricados, conocer las historias que hay detrás y saber cómo utilizarlos”. Por lo tanto, “el conocimiento todavía

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



se debe comunicar a las multitudes para que los consumidores también se aficionen a ello”.

En conjunto, se trata de un movimiento que también compartirán directamente los bares. Así pues, quien haya optado por la producción artesanal, ya no debe tener miedo de volver a producir jarabes, bíteres, licores e infusiones o incluso de esculpir diamantes de hielo. Para aportar la individualidad a una oferta gastronómica, la artesanía refinada necesita a los barmans y a los propietarios de los bares, pero cada vez más también a los consumidores de los productores de espirituosos. ProWein 2012 también muestra esta tendencia hacia el entusiasmo por la artesanía: Bajo el lema “Do it yourself Labor – Infusions, Bitters & Co.”. los “alquimistas del escenario gastronómico” revelan sus recetas secretas en el Lounge FIZZZ situado en el pabellón 7a.

El autor Bastian Heuser trabajó como barman y Bar Manager en Colonia, Frankfurt, Londres y Berlín. Actualmente es Managing Director de Beverage Consulting y Kommunikationsagentur Barworkz y escribe para publicaciones especializadas como autor independiente.

Puede encontrar fotos de prensa de la ProWein en nuestra base de datos fotográfica en el área “Presse Service” en www.prowein.com.

Contacto de prensa:
Messe Düsseldorf GmbH, Pressereferat ProWein
Corinna Kuhn
Brigitte Küppers (asistencia)
Tel.: 0211/4560 –598/–929

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

