

Якими будуть тенденції 2021 року на ринку вин та міцних напоїв?

Як і щороку, Selective Line представляє свій Путівник зі Стилю, розроблений у співпраці з Carlin Creative. Це збірка окремих уривків з фокуса на 2021 рік, рік, який відзначений зухвалою креативністю і поверненням до коренів.

Прогнози на 2021 рік

Алкоголь: одна з насолод життя.

Споживачі завжди шукатимуть якісний алкоголь, який розцінюється як виняткове задоволення. Дійсно, в 2021 році прогнози показують, що загальний ріст буде спричинений ростом ринків Ultra та Super Premium* (USP).

У період з 2018 по 2021 рік середньорічний темп приросту в об'ємі очікується в + 4,4% для ринку USP порівняно з + 0,5% для загального ринку (Джерело IWSR).

Тенденція ринку вин: INSOLENCE (ЗУХВАЛИСТЬ).
Прокачайте свою класику!

Insolence



SELECTIVE LINE

Середній клас відновиться і буде самостверджуватися за допомогою провокаційної творчості. Ці споживачі захочуть **вирватися з консенсусу з яскравими кольорами** в монохром, **традиційне оздоблення візерунками**, що навмисно межує з відсутністю смаку.

Особливо це стосується ринку вина. Споживачі будуть хотіти легкості та провокації, щоб відійти від ринку вина, який **вважається занадто поміркованим**. Настав час ризикувати, урізноманітнюючи походження, процеси та навіть безалкогольні напої, **не погіршуючи якість**.



Декор пляшки Malbec містить усі коди традиційної етикетки на пляшці Cali, використовуючи ультрасучасні візуальні зображення у шовкографії. Гарний спосіб змінити класику, показати її різницю.

Декор, виготовлений Verallia Polska (Польща), компанією з декорування групи Verallia.

Тенденція ринку алкогольних напоїв: SOURCE (Основа). Повернення до коріння!

SOURCE



SELECTIVE LINE
by verallia

Вдумливі споживачі відійдуть від матеріалістичної сторони у пошуках **майже духовного споживання**, наближеного до своїх предків. **Кольори будуть природніми, землистими або зеленими**. Візерунки звертаються до основних характеристик: **забутої та життєво важливої природи**, наприклад, родових рослин.

Ця тенденція буде особливо помітною на ринку алкогольних напоїв: споживачі будуть прагнути віднайти **колективну пам'ять, розказану через нарративний маркетинг**. Кожен продукт повинен територіально укорінитися з необробленою композицією, пов'язаною з кліматом і землею.



Декор Craft Gin підсилює символізм стародавніх рослин, графічно довершеного в ідеальній майстерності. Декор реалізований в декалькоманії, навколо пляшки Stockholm. Це гарний спосіб згадати про рослинну сутність Джина.
Декор, виготовлений Saga Décor (Франція), компанією з декорування групи Verallia.

Контакт:
Новини про Selective Line та зв'язки зі ЗМІ
Laura Miotto
laura.miotto@verallia.com

Дізнатися більше:

Selective Line від Verallia

Selective Line - це міжнародний преміальний бренд Verallia для скляних пляшок. З моменту свого створення у 2008 році, Selective Line користується унікальним промисловим ноу-хау Verallia, розвиває диференціацію, інновацію та ексклюзивність для супроводу своїх клієнтів у їхніх скляних витворах. Це рішуче натхненний бренд.
<https://www.selective-line.com/uk/>

Verallia

Verallia є провідним європейським та третім найбільшим світовим виробником скляної тари для продуктів харчування та напоїв, і пропонує інноваційні, індивідуальні та екологічні рішення.

Група мала 2,6 мільярда євро обороту і виробила 16 мільярдів пляшок і банок у 2019 році. У Групі Вераллія працює близько 10 000 людей і входить 32 скляних заводів в 11 країнах.

Для отримання додаткової інформації: www.verallia.com.

Бюро креативних тенденцій Carlin

Починаючи з 1947 року, Carlin використовує свою експертизу для прогнозування світових тенденцій споживачів та втілення їх у творчі рішення.

Серед брендів, які довіряють компанії: L'Oréal, Oenobiol, Weleda для сектору краси; Samsung, LG, Mitsubishi для сектору High Tech. I Selective Line від Verallia, з 2016 року.

<https://carlin-creative.com/>

* Ринок USP відноситься до категорій Ultra та Super Premium. Ця сегментація встановлюється IWSR на основі спостереження роздрібних відпускних цін. Наприклад, для неігристих вин USP відноситься до продуктів, ціна продажу яких перевищує 15 євро в Західній Європі та 20 доларів у Сполучених Штатах. Для спиртних напоїв USP відноситься до продуктів із ціною продажу понад 25 євро у Західній Європі та 30 доларів у Сполучених Штатах.