

Informacja prasowa

Warszawa, 06.11.2018

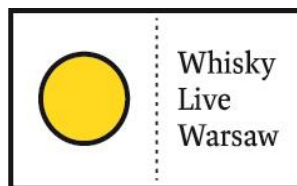
Rynek rumu mocno rośnie

Od kilku lat trwa nieprzerwany boom na whisky. Prężnie rozwija się kategoria Premium, a wraz z nią przybywa entuzjastów tego trunku. Świat oszalał na punkcie whisky, ale przecież nic nie trwa wiecznie. Z jej cienia coraz odważniej wychodzą rumy.

Blendy, single malty bądź single caski. Z Irlandii, Szkocji, Dalekiego Wschodu, Ameryki Północnej, Antypodów, a nawet... Skandynawii. Produkcja whisky dawno temu przebrała wymiar globalny. Dziś trudno o rejon świata bez działającej destylarni, a przecież to popyt kreuje podaż. Duże koncerny intensywnie rozwijają swoje oferty i poszukują nowych grup odbiorców. Za przykład może posłużyć wprowadzona kilka miesięcy temu na rynek przez firmę Diageo Jane Walker – damski odpowiednik Johnnie Walkera. Rośnie globalny eksport whisky, coraz śmielej poczynają sobie lokalni producenci. Zalety whisky doceniają również inwestorzy. Indeks Rare Whisky Apex 1000, będący najszerszym wskaźnikiem cen na rynku whisky, osiągał w ostatnich latach trzycyfrowe wzrosty. Czy to oznacza, że mamy do czynienia z wieloletnim panowaniem whisky w segmencie brown spirits? Niekoniecznie! Plany dłuższej rynkowej dominacji mogą pokrzyżować jej rumy.

Ta kategoria alkoholi kojarzona jest głównie z serią hollywoodzkich blockbusterów „Piraci z Karaibów”. Główny bohater, kapitan Jack Sparrow, nie krył się ze swoją miłością do tego trunku. Początkowo jego uczucia do rumu nie podzielała reszta świata. Najwyraźniej zadziałała stara maksyma, mówiąca o tym, że do wyjątkowych alkoholi długo się dojrzewa. Wszystkie dane rynkowe wskazują jednak, że to właśnie teraz następuje eksplozja popularności pochodzącego z Karaibów alkoholu. - *Według danych z raportu IWSR (International Wine and Spirit Research), w samym zeszłym roku kategoria rumu wzrosła w Polsce o 9,5-proc., zachowując się niemal identycznie jak reszta świata, gdzie jej sprzedaż odnotowała wzrost o 9-proc. Pierwsze ożywienie rynkowe w segmencie rumu widoczne było już wcześniej. Według angielskiego The Guardian, sprzedaż rumu w Europie na przestrzeni ostatnich 3 lat (2014-2017) wzrosła o 25-proc., zaś w samej Wielkiej Brytanii roczna sprzedaż przebiła magiczną cyfrę miliarda funtów – mówi Jarosław Buss, organizator corocznego festiwalu Whisky Live Warsaw oraz właściciel sieci sklepów Ballantines.*

Co ciekawe, mimo panującej od dłuższego czasu stagnacji ekonomicznej, osiągnęte wzrosty zawdzięczamy w głównej mierze kategorii Premium, pod którą podchodzą dojrzałe, wiekowe rumy, z ceną detaliczną ponad 25 USD za butelkę. W tym segmencie największą uwagę zaczęły przyciągać rumy craftowe, produkowane na niewielką skalę tradycyjnymi metodami, gdzie jakość zdecydowanie stawiana jest ponad ilość. Według największych producentów, właśnie ta kategoria jest najbardziej perspektywiczna i może generować w



przyszłości największe obroty. Wygląda więc na to, że między bajki można włożyć dotychczasowe przekonania konsumentów o tym, że tylko wino i whisky stanowią wysokiej klasy alkohol.

Galopująca popularność rumów to w pewnej mierze zasługa jej bardziej znanej i utytułowanej siostry, czyli...whisky. - *O rumie zaczęto pisać i rozmawiać, między innymi poprzez sytuację na rynku whisky, gdzie ceny ostatnimi czasy poszybowały mocno w górę, co jednak nie miało żadnego przełożenia na ich wyższą jakość. Jeszcze kilka lat temu nikt nie pytał o to, jak rum jest produkowany. Podczas tegorocznej odsłony Whisky Live Warsaw przy stoiskach festiwalowych z tym trunkiem opowiadało się o nim dokładnie w takim sam sposób, jak o różnicach w whisky – dodaje Jarosław Buss.*

Siłą rumu jest to, że potrafi przybrać przeróżne formy aromatyczno smakowe, w zależności od bazowego surowca (np. sok z trzciny, syrop czy melasa), sposobu destylacji (kolumnowa bądź tradycyjna w miedzianych alembikach), beczek w których dojrzewa, a także warunków klimatycznych, w których przyszło mu spoczywać. Istotne stały się również: historia danej marki, specyfika produkcji, nagrody osiągnięte na międzynarodowych zawodach oraz opinie pojawiające się w Internecie, które działają niczym paliwo rakietowe, nakręcając spiralę zainteresowania tym trunkiem.

Rosnąca popularność tego alkoholu zachęca dużych graczy rynkowych, takich jak Bacardi, do zwiększania skali produkcji. Ambitne plany dotyczą zwłaszcza segmentu Premium, na którym przez najbliższe 5-10 lat producenci zamierzają się skupiać.

Kula śniegowa została wprawiona w ruch, nic już nie zdoła jej zatrzymać. W całej Europie powstają jak grzyby po deszczu specjalistyczne bary z szeroką ofertą rumów. Barmani rozmawiają o nich, a odmiany craftowe, w szczególności limitowane edycje, stają się obiektem pożądania nawet wśród kolekcjonerów czy inwestorów. Rumy coraz częściej pojawiają się na festiwalach whisky. Już nie jako dodatek czy egzotyczny element, bardziej jako uzupełnienie kompleksowej oferty luksusowych alkoholi.

Historia lubi się powtarzać. To powiedzenie pasuje do rumów jak ulał. Potężna moda, która lata temu pojawiła się w segmencie whisky, teraz ogarnia właśnie ten segment rynku. Według największych producentów tego trunku, firm rynkowych czy branżowych pism, takich jak Spirits Business, kategoria rum Premium właśnie zaczęła budzić się do życia. Przyszłość tego alkoholu rysuje się wielce obiecująco.

Kontakt dla mediów

Michał Hasik

PR Coordinator

Kom. 535 999 689

michal@whiskylivewarsaw.com