

WORLD CLASS เพลิดเพลินเครื่องดื่มค็อกเทลปี 2

019

ทั่วโลกกำลังอยู่ในยุคของการปฏิบัติเครื่องดื่มค็อกเทลซึ่งให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าปริมาณ ขณะที่ข้อมูลสถิติระบุว่า เกือบหนึ่งในสี่ของชาวอเมริกันดื่มเครื่องดื่มค็อกเทลเมื่อออกไปสังสรรค์กับเพื่อนฝูง[1] และเกือบหนึ่งในห้าของชาวอังกฤษก็มีพฤติกรรมเช่นเดียวกัน[2] นอกจากนี้ ตลอดระยะเวลาแปดปีที่ผ่านมา เทศกาลเครื่องดื่มที่ใหญ่ที่สุดในโลกอย่าง London Cocktail Week ก็มีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าสี่เท่า โดยมีบาร์มากกว่า 230 บาร์ และคนรักค็อกเทลกว่า 30,000 คนเข้าร่วมงาน[3] และในปีนี้ บรรดาบาร์เทนเดอร์จากกว่า 56 ประเทศได้เดินทางมารวมตัวกันที่กรุงเบอร์ลินเพื่อฉลองครบรอบ 10 ปีของ WORLD CLASS หนึ่งในการแข่งขันผสมเครื่องดื่มครั้งใหญ่ที่สุดในโลก

(รูปภาพ: https://mma.prnewswire.com/media/755056/WORLD_CLASS.jpg)

(รูปภาพ: https://mma.prnewswire.com/media/755057/WORLD_CLASS.jpg)

(รูปภาพ: https://mma.prnewswire.com/media/755059/WORLD_CLASS.jpg)

(รูปภาพ: https://mma.prnewswire.com/media/755060/WORLD_CLASS.jpg)

สุดสัปดาห์นี้ ในขณะที่บาร์เทนเดอร์ชั้นนำจากทั่วโลกเข้าร่วมการแข่งขัน WORLD CLASS Bartender of the Year ที่เบอร์ลิน บรรดาผู้เชี่ยวชาญด้านรสชาติชั้นนำของโลกก็ได้มาร่วมหารือถึงอนาคตของเครื่องดื่มในปี 2019 นำโดย Lauren Mote นักผสมค็อกเทลระดับโลกจากดีอาอีโอ ร่วมด้วย Jeffrey Morgenthaler นักผสมเครื่องดื่มระดับตำนาน, Elliott Clark (หรือ Apartment Bartender) ราชาแห่งเครื่องดื่มค็อกเทลในอินสตราแกรม, Claire Smith Warner หัวหน้าฝ่ายแบรนดิใหม่ของ Seedlip (ค็อกเทลไร้แอลกอฮอล์แบรนดแรกของโลก) และ Tim Phillips-Johansson เจ้าของตำแหน่ง World Class Bartender of the Year 2012

1. ค็อกเทลแอลกอฮอล์ต่ำหรือไร้แอลกอฮอล์

อาจดูเป็นเรื่องแปลกที่คนรักค็อกเทลจะเลือกเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่ำหรือไร้แอลกอฮอล์ แต่ในปี 2019 จะมีค็อกเทลแอลกอฮอล์ต่ำและไร้แอลกอฮอล์ออกมามากมาย ตัวอย่างที่ชัดเจนคือแบรนด Seedlip ค็อกเทลไร้แอลกอฮอล์แบรนดแรกของโลก ที่แข็งแกร่งขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่เปิดตัวในปี 2016 ทั้งนี้ ค็อกเทลไร้แอลกอฮอล์เป็นที่นิยมอย่างมากโดยเฉพาะในหมู่คนรุ่นใหม่ โดย 46% ของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปีมีแนวโน้มที่จะสั่งมีอกเทล ส่วนผู้ที่มีอายุมากกว่า 35 ปีมีแนวโน้มสั่งมีอกเทลเพียง 16% เท่านั้น[4]

ผู้บริโภคต่างต้องการเครื่องดื่มรสชาติถูกปากในทุกโอกาส สอดคล้องกับที่แบรนด นักผสมเครื่องดื่ม และบาร์เทน

เดอร์ ต่างยืนยันเป็นเสียงเดียวกันว่ารสชาติคือกุญแจสำคัญ แต่ในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคจำนวนมากขึ้นก็ใส่ใจกับการควบคุมปริมาณแอลกอฮอล์ที่รับเข้าสู่ร่างกายด้วย ดังนั้น WORLD CLASS คาดว่าตัวเลือกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่ำจะมีมากขึ้นในปี 2019 เนื่องจากเทรนด์ใส่ใจสุขภาพจะยังคงได้รับความนิยมทั่วโลก

Claire Smith Warner กล่าวว่า “ผู้บริโภคหันมาใส่ใจเครื่องดื่มค็อกเทลมากขึ้นเช่นเดียวกับที่ใส่ใจในอาหาร ผู้บริโภคไม่ได้ปฏิเสธค็อกเทลที่มีแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง แต่ต้องการให้บาร์เทนเดอร์เพิ่มตัวเลือกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่ำให้มากขึ้น”

2. #MyCocktail

วัฒนธรรมการดื่มค็อกเทลกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ทุกวันนี้เหล่ามืออาชีพสามารถผสมค็อกเทลที่ซับซ้อนได้อย่างคล่องแคล่ว ขณะที่หลายคนมีวิธีนำเสนอเครื่องดื่มอย่างโดดเด่นแตกต่างจากผู้อื่น

หลายคนหันมาใช้โซเชียลมีเดียจนเกิดเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้ชื่อว่า drinkstagrammers ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้ชมกลุ่มใหม่ๆ โดย Elliott Clark (@apartment_bartender) กล่าวว่า “สำหรับผมซึ่งไม่มีประสบการณ์ในการผสมเครื่องดื่มอย่างเป็นทางการ โซเชียลมีเดียเปิดโอกาสให้ผมได้เข้าถึงผู้คนจำนวนมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น โซเชียลมีเดียยังท้าทายให้บาร์เทนเดอร์มืออาชีพคิดนอกกรอบและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ด้วย”

ในปี 2019 รูปร่างหน้าตาของเครื่องดื่มจะมีความสำคัญไม่แพ้รสชาติ ภาพของเครื่องดื่มในโซเชียลมีเดียจะมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการดื่มของผู้บริโภคที่มีอายุน้อย[5] ดังนั้น บรรดาแบรนดและบาร์เทนเดอร์จะเดินหน้าคิดค้นค็อกเทลใหม่ๆ และขยายขอบเขตการเข้าถึงผู้บริโภคผ่านโซเชียลมีเดีย

3. การรักษาสมดุล

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มกำลังเกาะกระแสรักโลก เพราะผู้บริโภคต่างใส่ใจเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดย 73% ของคนกลุ่มมิลเลนเนียลยินดีจ่ายเงินมากขึ้นเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์จากแบรนดที่มีความยั่งยืน[6] ดังนั้น บรรดาบาร์ชั้นนำจะเดินหน้าลดของเสีย เลิกใช้ส่วนผสมที่เน่าเสียง่าย และสร้างสรรค์เครื่องดื่มค็อกเทลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Tim Philips-Johansson กล่าวว่า “อาจดูเป็นเรื่องแปลกเพราะเราขายเครื่องดื่มเพื่อหาเลี้ยงชีพ แต่บาร์เทนเดอร์อย่างเราก็ต้องการทำสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อลูกค้าและสิ่งแวดล้อม เราต้องการให้โลกมีสุขภาพดีขึ้น เราจึงต้องตัดสินใจอย่างมีสติเพื่อขับเคลื่อนโลกไปในทิศทางที่ดี”

Emily Wheldon หัวหน้าระดับโลกของ World Class กล่าวว่า “ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่ม Johnnie Walker Highball หรือ Zacapa Old Fashioned เครื่องดื่มที่มีหน้าตาดี รสชาติดี และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะได้รับความนิยมจากทั่วโลก”

“เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่ำหรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น แต่หากรสชาติไม่ดีผู้บริโภคก็จะไม่ซื้อ ดังนั้น แบรินด์ต่างๆในเครื่องดื่มออลิโอ รีเสิร์ฟ เช่น Tanqueray No. TEN, Bulleit และ Talisker จึงทำงานอย่างใกล้ชิดกับบาร์เทนเดอร์ในการสร้างสรรค์เครื่องดื่ม เราตื่นเต้นมากที่ได้ทำงานร่วมกับผู้ที่มีพรสวรรค์ในขณะที่ยเทรนด์เหล่านี้กำลังมา”

สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ makeitworldclass.com หรืออินสตาแกรมของ WORLD CLASS

[1] Nielsen CGA

[2] CGA Mixed Drinks Report 2018

[3] London Cocktail Week, <https://drinkup.london/>

[4] Imbibe,
<http://imbibe.com/news-articles/spirits-cocktails/cocktails/new-survey-gen-z-pay-more-instagrammable-cocktails/>

[5] Imbibe,
<http://imbibe.com/news-articles/spirits-cocktails/cocktails/new-survey-gen-z-pay-more-instagrammable-cocktails/>

[6] Forbes,
<https://www.forbes.com/sites/sarahlandrum/2017/03/17/millennials-driving-brands-to-practice-socially-responsible-marketing/#6ef0db6a4990>

ที่มา: WORLD CLASS