

BEZORGCOCKTAILS EN VERKOOP OP AFSTAND

Van Doorne van Bols ziet in de thuisbezorging van alcohol een innovatie die in de horeca zelf plaatsvindt. "Wat we met name in Amerika zien, is dat restaurants en bars die moesten sluiten bezorgcocktails zijn gaan maken. Ze zijn mensen thuis cocktails gaan leveren. Dat is wel weer iets nieuws dat nu wordt aangeboden. Nu ze weer opengaan, horen we ook dat ze zeggen dat ze daarmee doorgaan."

Bezorging van alcohol is wel veel ingewikkelder dan van maaltijden, voegt hij toe. "Dat is natuurlijk allemaal gebonden aan wet- en regelgeving. Als je vanuit een restaurant bezorgt, moet je heel goed uitkijken aan wie je het aan de deur afgeeft. Daarnaast geldt voor Amerika dat de regels per staat verschillend zijn."

BETERE KWALITEIT, HOGERE PRIJS

Van Doorne van Bols constateert dat deze ontwikkeling past in een belangrijke onderliggende trend in alcoholconsumptie, namelijk dat consumenten kiezen voor betere kwaliteit. "Mensen willen op het gebied van sterke drank verantwoord met alcohol omgaan, maar als ze dan wat drinken, dan mag het ook wat beter zijn. Van een betere kwaliteit en een hogere prijs. Die trend was al langer aan de gang."

Carlsberg ziet een vergelijkbare ontwikkeling als het gaat om verkoop op afstand, bevestigt 't Hart. Het heeft hierop ingespeeld met de lancering van een platform voor horeca-ondernemers. "In bijvoorbeeld het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk hebben we *Love my Local* of *J'aime Mon Bistrot* geïntroduceerd. Het is een gratis handelsplatform dat pubs, bars en restaurants in staat stelt om veilig eten en drinken te verkopen aan de lokale gemeenschap. Het is geschikt voor zowel afhalen als bezorging."

AB InBev heeft ook een versnelling gezien van de verkoop



'AFSTANDS-REGELS HEBBEN DE CONSUMPTIE VERPLAATST. WIJ ZIEN FLINKE GROEI IN E-COMMERCE EN CONTACTLOZE BEZORGING'

CYBELLE BUYCK



via internet. In China groeide de internetverkoop met dubbele cijfers, vertelt Buyck. "De afstandsregels hebben over de hele wereld de consumptie verplaatst. Wij zien flinke groei in e-commerce en contactloze bezorging."

EERSTE CIJFERS CHINA GEVEN GEMENGD BEELD

Uiteindelijk zijn nieuwe ontwikkelingen natuurlijk niet veel meer dan een doekje voor het bloeden. De traditionele verkoop in de horeca zal weer op stoom moeten komen. Om een idee te krijgen hoe snel het zal gaan, is China een belangrijke graadmeter. Het land loopt een paar maanden voor op de rest van de wereld omdat het coronavirus daar het eerst toesloeg. Het maatschappelijk leven kwam hier vervolgens het eerst weer op gang.

De eerste cijfers uit China geven een gemengd beeld. Ja, de verkopen lopen weer op, maar tegelijkertijd is er nog een lange weg te gaan. "Sinds begin maart hebben we een geleidelijk herstel gezien in het restaurantkanaal, maar het nachtleven herstelt op een lager tempo", zegt Buyck van AB InBev.

Carlsberg ziet een solide groei in China, maar 't Hart waarschuwt meteen voor al te veel optimisme. "Restaurants en bars herstellen nu wel, maar het nachtleven is nog dicht en het komt dus nog lang niet in de buurt van het niveau van vorig jaar. Helaas is China ook niet representatief voor de rest van Azië, waar het kwartaal heel moeilijk begon omdat alle markten nog in een volledige of gedeeltelijke lockdown zitten."