





¿Qué son los HARD SELTZER?

Una bebida elaborada a base de agua con gas, jugo de fruta y 4,5% de alcohol.

Meet es **rica y refrescante** y su composición no contiene conservantes: :

una bebida para relajar y disfrutar bien fría en cualquier momento del día. Contiene 99 calorías y es ápta para celíacos.



¿Qué pasa en el mundo? ¿Qué pasa en el mundo?

Hay una creciente demanda mundial por productos que sean afines con una alimentación más consciente. La pandemia aceleró este camino hacia el cuidado del cuerpo pero el sabor sigue siendo un factor determinante a la hora de elegir un producto y en ese sentido Meet cumple con todos los requisitos:

es sabrosa, tiene menos de 100 calorías y no posee en su composición materias primas de origen animal.



¿CÓMO EMPEZÓ TODO?



Como algunas de las más grandes ideas del siglo XX, el primer hard seltzer surgió en un garaje de Estados Unidos. Aunque suene a cliché, fue en un garaje de Connecticut donde en 2012, Nick Shields, un pequeño productor de cerveza artesanal con ganas de vender algo más, creó sin proponérselo una nueva categoría de bebidas. Cuenta la historia que sentado en un bar viendo a un grupo de mujeres tomar vodka con soda tuvo su epifanía:

Iba a desarrollar una bebida refrescante, con poco alcohol y rico sabor. Luego de una enorme cantidad de pruebas, nació la primera lata de hard seltzer.

Al principio solo se vendía localmente, luego comenzó a distribuirse en varios Estados hasta que una gran compañía compró la pequeña cervecería y hoy Shields disfruta de una vida relajada inspirando a varios emprendedores.

EL CHISTE QUE SE VOLVIÓ VIRAL

Si bien desde su aparición, los hard seltzer crecieron de forma orgánica y sostenida, la verdadera revolución de esta bebida llegó en 2019 gracias a...las redes sociales. Un famoso youtuber grabó un sketch donde hacía un juego de palabras usando los hard seltzer y eso bastó para que los millennials lo replicarán en las redes y lo adoptaran como su bebida emblema.

En poco tiempo, los hard seltzer cruzaron la frontera y salieron a conquistar el mundo.

Desembarcaron en Europa, Asia y por último en Latinoamérica. Luego de una excelente recepción en países como México y Brasil, finalmente llegaron a la Argentina.





El segmento de los HARD SELTZER en números

Están consideradas las bebidas con mayor crecimiento desde las cervezas artesanales.

De acuerdo a los resultados publicados en el reporte The Right Taste for Healthier Beverages.

El mercado de los **Hard Seltzer** superó los

\$3.800 millones de dólares en 2019 Se proyecta que alcance los

\$11.000 millones

para **2027**

Con una **tasa anual** de crecimiento del

12,7%

entre **2021** y **2027**.



99 c

Aromas sin Con sin

COCTEL CON JUGO DE LIMÓ SIN TACC. INE

La bebida elegida por los La bebida elegida por los La bebida elegida por los

jóvenes

Los **Hard Seltzer** nacen como una alternativa para aquellos que no encontraban en las bebidas tradicionales una respuesta asu deseo de consumo. Se popularizó rápidamente entre los millennials, que son los más dispuesto a probar nuevos productos, y entre aquellos que eligen una alimentación más consciente.

Al elaborarse con jugo de fruta, sin tacc, ni conservantes es una opción muy atractiva para quienes buscan cuidarse sin resignar el sabor. Meet viene en tres sabores: lima, pomelo y mango y al abrirse libera unas finas burbujas que brindan un efecto refrescante.

El paladar argentino prefiere las bebidas cítricas y de notas ácidas a los berries. Por este morivo se eligieron el pomelo y la lima para este lanzamiento. El mango busca completar el portfolio para aquellos que disfrutan de sabores frutales y tropicales. Meet además, viene en una lata de aluminio reciclable que afirma el compromiso de la empresa con el medio ambiente.











Meet es fácil de abrir, fácil de llevar y es de consumo individual. Es una pausa después del gym, antes de salir, en una tarde de calor o para cortar con estrés del día y las rutinas. Meet es para brindar con amigos o para disfrutar solo, es para tener fría en la heladera o para acompañar un picnic.

Meet tiene 99 calorías, y contiene 4,5% de graduación alcohólica,

es gluten free y al no tener componentes animales puede ser consumida por aquellos que siguen una alimentación vegetariana. **Es una bebida que acompaña un estilo de vida en mayor contacto con la naturaleza y el equilibrio.**

Tendencia mundial por las bebidas de baja graduación alcohólica y listas para tomar

El segmento de los Hard Seltzer creció asociado asociado a los consumidores que buscaban una bebida que no requiriera preparación, rica, de baja graduación alcóholica y poca azúcar.

A partir del COVID, las bebidas ya no se comparten, son de consumo personal y la lata es considerada Eco friendly por su capacidad de reciclado.

Hay una tendencia mundial a consumir menos pero mejor.

El mercado de las bebidas Premium vio un aumento en la venta de sus productos de alta gama y se bebe más en las casas a partir de los cierres temporales de bares y restaurantes. Quienes han impulsado mayormente esta tendencia son las nuevas generaciones que buscan un estilo de vida más saludable y si bien es aún pronto para decirlo, todo indica que esta tendencia se mantendrá durante 2021.

Un reporte del International **Wines And Spirits Records (IWSR)** señala que durante el último año, el consumo de bebidas alcohólicas en 10 mercados clave cayó un 5%.

Y aunque por ahora las bebidas alcohólicas de mayor graduación alcohólica se siguen vendiendo mucho más que las de menor contenido alcohólico, el mercado de las bebidas de bajo contenido alcohólico está creciendo entre dos y tres veces más rápido que el consumo total de alcohol. Todos los años abren nuevos Sober Bars dedicados exclusivamente a los mocktails y movimientos como Mindfull Drinking y Sober Curious marcan un interés cada vez mayor por ser conscientes de la cantidad y calidad de lo que bebemos y por establecer una relación responsable con aquello que consumimos









Por ahora las bebidas alcohólicas se siguen vendiendo mucho más que aquellas de bajo contenido alcohólico pero esta categoría está creciendo entre **dos y tres veces más rápido** que el consumo total de alcohol.

Todos los años abren nuevos Sober Bars dedicados exclusivamente a los mocktails y movimientos como Mindfull Drinking y Sober Curious

marcan un interés cada vez mayor por ser conscientes de la cantidad y calidad de lo que bebemos y a establecer una **relación responsable con el alcohol.**

