vinetur

I volumi di spirits e vino del travel retail globale sono saliti del 5% nel 2025, dice IWSR

Il whisky ha guidato la crescita, con il valore del whisky giapponese in aumento del 44% nei canali duty-free.

martedì 22 settembre 2026



Il travel retail globale ha continuato a sovraperformare molti mercati alcolici domestici nel 2025, ma la crescita è stata disomogenea tra regioni e categorie, poiché i consumatori hanno spostato la spesa all'interno di spirits e vino, secondo nuovi dati

IWSR pubblicati lunedì.

Il gruppo di ricerca ha affermato che i volumi combinati di spirits e vino nel travel retail globale, inclusi i canali duty-free, sono aumentati del 5% nel 2025. All'interno di questo dato, i volumi degli spirits sono saliti del 6% e il valore del 7%, mentre i volumi del vino sono cresciuti del 2% e il valore del 5%.

I guadagni erano ampi sulla carta. IWSR ha detto che tutte e quattro le regioni che monitora hanno registrato crescita del valore lo scorso anno. Europa, Africa e Medio Oriente sono cresciuti ciascuno dell'11% in valore, seguiti dalle Americhe con il 7% e dall'Asia-Pacifico con il 2%. Ma i dati principali nascondevano forti differenze regionali. IWSR ha descritto le performance degli spirits in Asia-Pacifico come deboli nel complesso, pur sottolineando che l'India ha continuato a crescere con forza. Ha inoltre evidenziato una spaccatura nelle Americhe, con l'America Latina in buona performance e il Nord America più debole.

Il whisky è stato il principale motore di crescita negli spirits del travel retail nel 2025. IWSR ha detto che il valore del whisky è aumentato del 12% complessivamente, trainato da solide performance in diversi segmenti. Scotch whisky e American whiskey hanno entrambi registrato una crescita del valore del 10%, mentre l'Irish whiskey è salito dell'11%. Il Japanese whisky si è distinto in modo ancora più marcato, con valore in aumento del 44% e volumi del 37%.

Gli spirits a base di agave sono stati un altro grande vincitore. IWSR ha detto che i volumi sono aumentati del 10%, mentre il valore è salito del 28%, a indicare che i consumatori hanno continuato a orientarsi verso prodotti a prezzo più elevato nella categoria. I dati indicano che l'agave resta una delle storie più forti di premiumization nel travel retail, in un momento in cui gli operatori aeroportuali e duty-free cercano categorie in grado di sostenere sia la crescita dei volumi sia quella dei margini.

Anche la vodka ha guadagnato terreno. IWSR ha detto che i volumi della vodka sono saliti del 7%, grazie alla domanda di prodotti aromatizzati e ai consumatori che si sono spostati dal gin nei principali mercati europei. La crescita del valore della vodka ha raggiunto le due cifre, anche se IWSR non ha fornito un'unica percentuale per l'aumento del valore della categoria nei dati diffusi lunedì.

Questo spostamento è avvenuto a scapito di alcuni segmenti consolidati. I volumi del rum sono diminuiti del 6% nel 2025, anche se la categoria ha comunque registrato una crescita del valore, segno, secondo IWSR, che i consumatori stavano salendo di fascia all'interno del rum piuttosto che abbandonare del tutto la categoria. I volumi del gin sono rimasti sostanzialmente stabili, ma il valore è salito del 7%, con i marchi locali e artigianali che hanno performato bene in mercati tra cui i Paesi nordici, il Regno Unito e parti dell'Asia-Pacifico.

Il Cognac e il brandy hanno vissuto un anno molto più debole. IWSR ha detto che i volumi sono scesi del 6% e il valore dell'8%, collocandoli tra le categorie di spirits con le performance peggiori nel travel retail. Charlotte Reid, senior insights manager per il global travel retail di IWSR, ha detto che le categorie tradizionali degli spirits sono messe alla prova da rapidi cambiamenti nelle preferenze dei consumatori. Ha aggiunto che Japanese whisky e spirits all'agave sono balzati, mentre il Cognac ha registrato uno dei suoi cali più forti degli ultimi decenni. Ha anche detto che il gin aromatizzato ha perso slancio, mentre i consumatori si orientavano verso vodka e prodotti ready-to-drink.

Il vino ha chiuso complessivamente un anno positivo, anche se anche il suo andamento di crescita è stato disomogeneo. Il vino fermo è stato il principale motore dell'espansione della categoria, contribuendo a spingere i volumi totali del vino del 2% e il valore del 5%. Gli aperitivi leggeri sono stati la sottocategoria più brillante, con volumi in aumento del 16% e valore del 25%.

Il vino spumante ha mostrato risultati più contrastanti. I volumi dello Champagne sono diminuiti, ma il valore è comunque aumentato, a indicare resilienza nelle fasce di prezzo più alte. Il Prosecco si è mosso in direzione opposta, con cali sia di volume sia di valore. IWSR ha detto che la categoria ha mostrato segnali di «Prosecco fatigue», segno che alcuni viaggiatori potrebbero allontanarsi da prodotti che negli ultimi anni avevano registrato forti performance.

I cambiamenti di categoria contano oltre il canale aeroportuale perché possono influenzare il modo in cui gruppi del beverage e distributori pianificano portafogli, promozioni e allocazione degli scaffali per il travel retail nei prossimi anni. Con agave,

whisky e vodka che guadagnano quota, e il rum che mostra segnali di salita verso fasce più premium nonostante volumi inferiori, le decisioni di acquisto e assortimento nel duty-free potrebbero spostarsi ancora di più verso quei segmenti. Ciò potrebbe incidere su come i produttori di spirits, vino e altri alcolici prioritizzano lanci, formati di confezione e inventario regionale fino al 2027.

IWSR ha detto che il quadro di lungo periodo continua a favorire alcune delle stesse categorie che hanno guidato il 2025. Per gli spirits, si aspetta che lo Scotch whisky resti la maggiore opportunità di crescita fino al 2030, mentre il Japanese whisky e l'Irish whiskey dovrebbero guidare per slancio. Per il vino, la futura crescita del valore dovrebbe poggiare sul vino fermo e sullo Champagne, con guadagni più contenuti per il vino liquoroso e gli altri vini spumanti. Il Prosecco dovrebbe restare sotto pressione e potrebbe registrare un lieve calo fino al 2030. Gli aperitivi leggeri sono previsti come la sottocategoria legata al vino in più rapida crescita.

Anche con quel potenziale di crescita, il gruppo di ricerca ha detto che le prospettive a breve termine per il periodo 2025-2027 sono frenate dai rischi legati al conflitto in Medio Oriente. IWSR ha detto che chiusure dello spazio aereo, disagi ai voli, costi del carburante più alti e una più ampia pressione sul costo della vita pesano tutti sul settore. Il travel retail dipende fortemente dal traffico passeggeri internazionale, e queste interruzioni possono incidere rapidamente sia sul traffico nei negozi sia sul mix di prodotti.

L'Africa e il Medio Oriente dovrebbero subire l'impatto più forte. IWSR ha detto che la regione potrebbe registrare in un singolo anno un calo dei volumi fino al 22%, con una ripresa improbabile prima del 2028. Le Americhe e l'Asia-Pacifico sono considerate meno esposte, ma non immuni. Anche l'Europa è molto vulnerabile alle perturbazioni legate al Medio Oriente per via delle rotte aeree e dei flussi di viaggio, e IWSR prevede che la sua ripresa sarà la più lenta tra le principali regioni negli anni a venire.