vinetur

Nel 2025 il mercato mondiale dei distillati di fascia alta è calato del 10%

Secondo IWSR, il secondo calo annuale riflette la flessione del 25% in Cina e il crescente scetticismo verso la scarsità artificiale.

martedì 6 ottobre 2026



Nel 2025 il mercato mondiale dei distillati di fascia alta si è contratto per il secondo anno consecutivo: gli acquirenti sono diventati più prudenti, hanno chiesto prove più chiare del valore dei prodotti e si sono allontanati da quelle che consideravano deboli

dichiarazioni di rarità, secondo un nuovo studio di IWSR.

Martedì il gruppo di ricerca di mercato ha dichiarato che nel 2025 il valore mondiale dei distillati di prestigio, escluso il baijiu, è diminuito del 10%. IWSR definisce questa categoria come composta da distillati con un prezzo medio al dettaglio ponderato a livello globale superiore a 100 dollari a bottiglia. Il calo è arrivato dopo un altro anno difficile per produttori e distributori, già alle prese con il rallentamento della spesa per i beni di lusso nei principali mercati.

Secondo IWSR, la flessione si è accentuata con il venir meno della fiducia dei consumatori, sotto il peso delle pressioni economiche e geopolitiche. Tra i fattori che hanno alimentato l'incertezza, il gruppo ha indicato i dazi imposti dagli Stati Uniti nel corso del 2025. Ha inoltre affermato che il conflitto in Iran ha ulteriormente accresciuto il senso di instabilità che condiziona la spesa mondiale per i beni di lusso.

La maggiore debolezza si è registrata in Cina, dove il valore del mercato dei distillati di prestigio è sceso del 25%. Gli Stati Uniti hanno mostrato una maggiore tenuta, con un calo del 6%, mentre le vendite nei duty-free sono diminuite del 3%. Secondo IWSR, i mercati più piccoli e meno maturi hanno guadagnato quote, mentre acquirenti e marchi hanno spostato l'attenzione da alcuni dei centri del lusso più consolidati.

I risultati sono variati anche da una categoria all'altra. Il valore del Cognac è sceso del 17%, soprattutto per la debolezza in Cina. Il whisky Scotch è diminuito del 9%, ma ha mantenuto la propria quota di mercato. I distillati di agave sono stati l'unica categoria a crescere, con un aumento del 2% in valore. IWSR ha riferito che sia i distillati di agave sia il whisky giapponese hanno trovato sacche di domanda più sostenuta nel travel retail e nei mercati più nuovi e meno consolidati.

Guy Wolfe, senior insights manager di IWSR per i distillati di prestigio, ha affermato che la base degli acquirenti sta cambiando anche mentre il mercato si contrae. Secondo Wolfe, i produttori registrano una presenza crescente di acquirenti millennial e della Gen Z, soprattutto in Asia, oltre a gruppi sempre più numerosi di nuovi consumatori benestanti nel Sud-est asiatico, in America Latina e in Medio Oriente.

Wolfe ha spiegato che questi acquirenti non hanno rinunciato ai distillati costosi, ma prima di spendere pongono domande più stringenti. A suo avviso, il prezzo elevato da solo non è più un segnale di desiderabilità. Gli acquirenti vogliono una spiegazione razionale e trasparente del costo di una bottiglia.

Questo cambiamento sta trasformando il modo in cui i produttori posizionano le uscite premium. Secondo IWSR, una delle trasformazioni più evidenti è che oggi gli acquirenti rispondono meglio ai prodotti con una scarsità verificabile che alle edizioni limitate lanciate soprattutto per creare clamore. Lo studio rileva un crescente scetticismo verso quella che definisce scarsità artificiale, soprattutto quando l'offerta appare abbondante o le bottiglie entrano rapidamente in mercati di rivendita volatili.

In questo contesto, la domanda ha tenuto meglio per le botti private, gli imbottigliamenti su misura e i prodotti sostenuti da solide prove di provenienza e qualità produttiva. IWSR ha citato l'asta benefica di whisky Distillers One of One di Sotheby's come esempio del perdurante interesse per i distillati davvero rari. La vendita del 2025 ha raccolto 3,1 milioni di dollari con 39 lotti, superando le aspettative.

Il rapporto rileva inoltre che le indicazioni dell'età sono diventate un segnale di fiducia più forte, soprattutto perché gli acquirenti cercano indicatori di qualità semplici e concreti. Tra i consumatori che spendono nella fascia più bassa della categoria dei distillati di prestigio, questo comportamento riflette la pressione sul reddito disponibile. Secondo IWSR, questi acquirenti si affidano sempre più a marchi riconoscibili, indicazioni chiare dell'età e formati più piccoli, che riducono la spesa iniziale.

La tendenza si è manifestata anche nelle uscite di whisky Scotch. Secondo IWSR, negli ultimi due anni è diminuito il numero di lanci di Scotch di prestigio senza indicazione dell'età, mentre sono aumentate nettamente le uscite con un'indicazione di 18 anni o meno. Nella fascia più alta del mercato, i distillatori hanno ampliato le gamme permanenti con espressioni più invecchiate, grazie alla maggiore disponibilità di scorte mature.

Wolfe ha precisato che la maggiore attenzione all'età non va interpretata semplicemente come nostalgia o preferenza per la tradizione. A suo avviso, riflette un desiderio più ampio di caratteristiche verificabili e comprensibili, in un momento in cui

si è indebolita la fiducia nelle più generiche dichiarazioni di esclusività.

Un altro cambiamento importante è il passaggio oltre la bottiglia in sé. Secondo IWSR, gli acquirenti di distillati di fascia alta attribuiscono sempre più valore all'accesso, alle esperienze e alla comunità. Visite alle distillerie, degustazioni, club privati, gruppi di proprietari di botti e aste benefiche stanno diventando componenti sempre più importanti dell'offerta di lusso, mentre gli acquirenti cercano legami più stretti con i produttori e gli altri collezionisti.

Lo studio afferma che questo è uno degli ambiti in cui i marchi stanno cambiando più rapidamente. Invece di puntare soltanto sul packaging o su un'indicazione di invecchiamento più elevata, le aziende stanno creando programmi che consentono agli acquirenti di accedere a reti ed eventi. Secondo IWSR, la tendenza rispecchia cambiamenti più ampi nel mercato del lusso, dove la spesa per le esperienze sta guadagnando terreno rispetto a quella destinata esclusivamente ai beni materiali.

Il rapporto rileva anche che la provenienza sta diventando più importante della tradizione, in particolare nel whisky. I produttori di paesi diversi da quelli d'origine che hanno a lungo dominato il settore — Scozia, Stati Uniti, Irlanda e Giappone — vendono sempre più bottiglie sopra la soglia dei 100 dollari. Secondo IWSR, questi whisky provengono ormai anche da India, Taiwan, Cina, Corea del Sud, Australia, Nuova Zelanda, Israele e Danimarca.

Senza generazioni di tradizione alle spalle, questi produttori più recenti si affidano ad altre forme di garanzia per giustificare prezzi premium. Secondo IWSR, gli strumenti più efficaci comprendono una narrazione dettagliata del territorio, condizioni di invecchiamento tropicali, tipi di botti autoctoni, riconoscimenti internazionali e un'offerta sottoposta a rigorosi controlli. Anche il packaging viene utilizzato per valorizzare i materiali regionali e l'artigianato locale.

Wolfe ha affermato che il filo conduttore del mercato è la risposta degli acquirenti a segnali verificabili in modo indipendente. Può trattarsi dell'indicazione dell'età, della provenienza di una botte privata, di una medaglia ottenuta in una competizione o di una storia di provenienza legata a un luogo e a un metodo di produzione specifici. Mentre il mercato si adatta a una crescita più lenta e a una domanda più selettiva,

secondo IWSR i marchi incapaci di dimostrare chiaramente il proprio valore dovranno probabilmente affrontare una concorrenza più dura per conquistare la spesa degli acquirenti di lusso.