


**WINEcouture**


# Spirits



## UN NUOVO SALTO DI QUALITÀ

Nasce “Spirits by WineCouture”. Un nuovo prodotto editoriale B2B arricchisce la nostra offerta dedicata al mondo di Distillati, Liquori e Amari, temi e argomenti che dal 2023 abbiamo cominciato a trattare anche sul web magazine WineCouture.it. Ora - proseguendo il percorso di sviluppo - è giunto il momento di compiere un altro passo. Questa nuova iniziativa editoriale, che integra le due edizioni speciali B2C de “I Quaderni”, ha l’obiettivo di approfondire (in abbinamento al mondo del vino) anche trend e prodotti del variegato universo Spirits. “Spirits by WineCouture” si propone di essere uno strumento di informazione vero e proprio che nel 2025 vedrà altre cinque uscite, sempre in allegato a WineCouture, la testata B2B che si rivolge agli operatori del settore Horeca.

“Spirits by WineCouture” racconterà il mercato attraverso le storie delle aziende e dei protagonisti per poi, al di là di questo primo assaggio, dare risalto e visibilità alle diverse tipologie di prodotti con approfondimenti, al fine di fornire a tutti gli operatori una visione la più ampia possibile. E allora... Buona lettura.



# Spirits: dove va il mercato

La parola ai protagonisti del settore:  
il bilancio 2024, novità e trend per il 2025

DI MATTEO BORRÈ

**S**ecundo un rapporto di Knowledge Sourcing Intelligence, il mercato globale delle bevande alcoliche premium è destinato a una crescita costante tra il 2023 e il 2028, trainata dall'esclusività e dalla qualità percepita di questi prodotti. Si afferma sempre più, dunque, anche nell'universo degli Spirits il trend della premiumizzazione. Quella che è in atto è una trasformazione significativa, cambiamento che sta ridefinendo il mercato, rendendolo sempre più competitivo e sofisticato, ma allo stesso tempo affollato. Ma come hanno affrontato l'ultimo anno i protagonisti della distribuzione di distillati, liquori e amari? E quali i trend che si sono imposti nel fuori casa? Lo abbiamo chiesto ad alcuni dei protagonisti del settore.

"Il 2024 è stato un anno di grande dinamicità per il mercato degli Spirits, segnato da sfide e trasformazioni", spiega Martina Cerbone, Marketing Director di **Fratelli Branca Distillerie**. "L'aumento dell'inflazione ha ridotto il potere d'acquisto, modificando le abitudini di consumo, mentre la ripresa dell'Horeca ha contratto il consumo domestico. Il settore ha inoltre affrontato un forte aumento dei costi delle materie prime, influenzato da fattori climatici e geopolitici. A questo si è aggiunta l'incertezza politica in Europa, aggravando l'instabilità economica e i costi di approvvigionamento. Nonostante queste criticità, l'anno è stato comunque ricco di soddisfazioni per Fratelli Branca Distillerie che ha dimostrato ancora una volta di essere forte e solida abbastanza per muoversi in contesti

complicati. Guardando al 2025, il mercato Horeca si apre con nuove sfide ma anche con grandi opportunità. Per noi, questo sarà un anno speciale, segnato dalla celebrazione dei 180 anni di Fernet-Branca, un traguardo straordinario che racconta la storia di un'eccellenza italiana nel mondo degli Spirits. Inoltre, il nostro forte impegno nel sostenere il segmento del Vermouth si concretizza nella valorizzazione di un marchio storico come Carpano, con una gamma di prodotti d'eccellenza, che include Carpano Rosso, Carpano Bianco, Carpano Dry, Punt e Mes e Antica Formula, per preservare viva la cultura del bere bene e dell'aperitivo italiano". Tra i trend degli ultimi 12 mesi spicca un ritorno alle origini proprio del bere bene: "Uno dei fenomeni più rilevanti del 2024 è stata la riscoperta degli Spirits attraverso l'arte della miscelazione. I cocktail bar e i locali di tendenza hanno posto sempre più attenzione alla selezione di ingredienti di qualità, esaltando distillati iconici e valorizzando ricette classiche con un approccio contemporaneo. A questa evoluzione si è affiancata una crescente ricerca di semplicità e autenticità, con un focus sulla qualità delle materie prime, sull'artigianalità e su profili sensoriali distintivi. L'essenzialità, infatti, non è sinonimo di banalità, ma di un ritorno alla cura del dettaglio e alla valorizzazione del prodotto nella sua forma più pura. Per questo motivo, promuoviamo attivamente l'educazione alla degustazione del prodotto liscio, un'esperienza che permette di apprezzarne appieno la complessità dei suoi elementi. Questa esperienza sensoriale non solo valorizza

il prodotto, ma si collega direttamente a un altro aspetto fondamentale emerso nel 2024: la formazione e la cultura del bere bene. I bartender, veri ambasciatori del brand nel canale Horeca, sono stati al centro di percorsi formativi e sensoriali volti a rafforzare la loro competenza e creatività. Guardando al futuro, questi trend continueranno a plasmare il mercato, rafforzando il legame tra tradizione e innovazione, qualità e semplicità, know-how e creatività". La cultura del bere bene al centro, come confermano Carlo Alberto e Leonardo Sagna di **Sagna S.p.A.** tirando un bilancio 2024 sul fronte Spirits: "È stato un anno meno positivo dei precedenti, le cause sono dovute, come nel vino, al rincaro della vita e al cambio dei consumi in favore di prodotti meno alcolici e una crescente capacità di produzioni home made da parte dei cocktail bar. Un mondo in espansione, più rapido rispetto al vino, con tempi diversi e mai come oggi conta la formazione sia di chi vende i prodotti sia di chi acquista". Premiumizzazione sempre più parola d'ordine del comparto, confermano i trend 2024: "Lo scorso anno abbiamo registrato una crescita dei cocktail elaborati e premium, a fronte di un incremento nella domanda di esperienze uniche nei bar e nei ristoranti, con un focus sulla preparazione di drink sofisticati accompagnati a proposte food altrettanto ricercate e pensate proprio per un bilanciamento perfetto tra bite e sip. La mixologist punta all'innovazione, dalla rivisitazione di ricette classiche alla ricerca di ingredienti di alta qualità e produzioni home made di distillati e cordial. Poi, il 2024 è stato l'anno di Ready-to-drink e bevande Low Alcol: abbiamo notato un certo aumento dell'offerta di prodotti RTD e di cocktail a basso contenuto alcolico, in risposta alle tendenze di consumo responsabile e al desiderio di bevande facilmente consumabili in casa. Per quel che riguarda le tipologie, da due anni è il Mezcal ad essere il prescelto ma anche Amari e liquori artigianali. Ma non dimentichiamo, nei trend del canale, anche quello del Vermouth di Torino, che fa sempre più capolino, affacciandosi con insistenza grazie alla sua qualità, in signature e classici intramontabili: dal Negroni all'Americano, fino al Vermuttino con soda". Il 2025, prosegue per Sagna S.p.A. all'insegna di prodotti di qualità superiore: "Lato nostro scommetteremo molto su un Whisky giapponese che ci accingiamo a presentare e su un Gin super premium. Senza dimenticare la grande novità del nostro 2024: Composition. Con un tocco di innovazione ma dall'animo classico, è un prodotto realizzato in piccole quantità, che si rivolge all'alta ristorazione. Creato da Renaud de Bosredon, unisce il rum invecchiato con il Moscatel, un vino dolce spagnolo, per offrire un profilo aromatico che presenta note di uvetta, frutta secca, cioccolato e toffee. Al palato, si distingue per una dolcezza di acero accompagnata da sentori di quercia calda, datteri, cacao e vaniglia, con un finale che rivela melassa, caffè e cioccolato amaro".

Un altro riferimento del comparto quando si parla di Spirits è **Velier**. "Nel 2024 l'andamento dei consumi è stato generalmente timido, dagli Champagne fino alla frenata dei luoghi dove si fa miscelazione", spiegano dal distributore genovese guidato da Luca Gargano. "A pesare sicuramente la congiuntura economica, che non cambierà almeno fino al primo semestre 2025. In generale assistiamo da anni a un calo dei consumi in termini di volumi; tuttavia, il consumatore italiano è molto attento alla qualità e il segmento premium pare essere il più vivace. Questa particolare inclinazione del mercato nostrano spiega anche la crescita continua di Velier da 10 anni a questa parte, che ci ha portato a decuplicare il fatturato". Chiari i trend 2024: "La categoria Gin ha guidato anche per l'anno appena concluso, ma nel 2024 i distillati di agave, e soprattutto il Tequila, si sono fatti notare per i buoni tassi di crescita. Oltre agli investimenti di alcuni grandi marchi per imporre il consumo di Tequila come status symbol, assistiamo fortunatamente e finalmente anche a un incremento da parte dei consumatori e della industry della conoscenza delle espressioni più qualitative e autentiche dei distillati di agave". Ma cosa attendersi dal 2025? "Il trend del No-Low viene annunciato come la prossima big thing, ma for-



se non sarà il 2025 l'anno della definitiva consacrazione in Italia, anche perché i prodotti, sia nuovi sia le versioni No e Low Alcol di brand già affermati, sono ancora relativamente pochi. Vedremo cosa succederà nei prossimi anni. Per quanto riguarda Velier, i distillati di agave rimangono sicuramente uno dei focus principali dell'anno, ma il 2025 sarà caratterizzato anche da altri prodotti, tra cui il nuovo aperitivo bitter, Contrattino, un progetto che vede nella compagine societaria anche lo chef Antonino Cannavacciuolo.

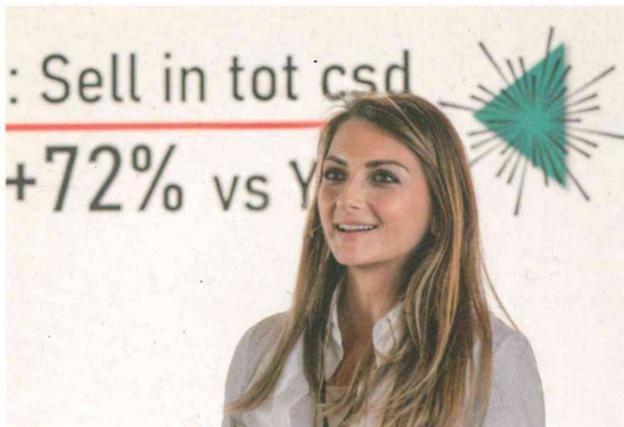
Valentina Ursic, direttore marketing **Rinaldi 1957** legge così l'andamento degli Spirits per il distributore bolognese nel canale Horeca nel passaggio tra 2024 e 2025: "L'estate, partita in ritardo, ha visto un calo dei volumi nel primo semestre con un ottimo recupero a fine anno tanto da consentirci di chiudere solo in leggero calo. Rinaldi 1957 ha come punto di forza il rapporto empatico che instaura con i clienti: si tratta di relazioni decennali, fondate sulla fiducia. Proponiamo loro un portfolio di oltre 130 brand, frutto di selezioni accurate con prodotti di alta qualità. In particolare, sono andati molto bene i brand di nicchia, quali il whisky scozzese Arran, quello giapponese Togouchi, il brandy spagnolo Cardinal Mendoza e quello italiano Villa Zarri, il gin filippino floreale Santa Ana, quello francese Yu Gin a base di yuzu e pepe Sechuan e quello Piemontese Macaja. Senza contare i mezcal e il tequila che stanno crescendo proprio come categoria. Nel panorama dei Rum, Ron Santiago de Cuba ha registrato ottime performance. Piace il gusto del ron leggero tipico della zona di provenienza. Il 2025 è partito a rilento, anche per effetto dell'inasprimento delle sanzioni del codice della strada, ma febbraio ha recuperato bene". Tra i trend, non le tendenze sono chiare: "A livello di categorie, guidano i gin ma c'è un ritorno alle origini, alla purezza del ginepro, anche se gli agrumati continuano a conquistare. I locali stanno tuttavia diminuendo il numero di referenze. Attenzione anche per gli amari, usati in miscelazione con le toniche o la soda e ai whisky che attraggono sempre più i giovani. Mezcal e Tequila piacciono ma, per il gusto caratterizzante, probabilmente non riusciranno a raggiungere i volumi dei gin. C'è anche un ritorno del rum grazie al Daiquiri". E per il 2025, cosa attendersi? "I whisky continueranno a performare molto bene, così come tutti i prodotti con uno storytelling interessante. Le persone vogliono assaporare storie affascinanti raccontate da prodotti eccellenti. I cocktail low alcol saranno sempre più richiesti. Cresceranno anche mezcal e tequila, così come anche i bitter. Rinaldi 1957 ha introdotto quest'anno Mater Rum, un rum siciliano prodotto con canna da zucchero viola e gialla coltivata in Sicilia, vicino a Modica. Da marzo a giugno le canne vengono raccolte a mano; il succo, estratto con un piccolo mulino, viene ammostato in distilleria e fermentato per 72-96 ore a temperatura controllata. Si utilizzano alambicchi di rame, piccoli, con un pot still a bagnomaria da 600 litri e una colonna con quattro piatti. Il rum si affina in acciaio mantenendo intatte le caratteristiche della materia prima. Inoltre, abbiamo proposto Granaio, una vodka prodotta con due tipologie di grano tenero biologico toscano provenienti dalla Val d'Orcia e dalla Val di Chiana. Infine, il mezcal Ojo de Dios, l'espressione più contemporanea del mezcal messicano: creato dal Maestro Francisco Ortiz, mezcalero pluripremiato di terza generazione, viene poi miscelato da un team tutto

femminile. Interessanti la versione al caffè e all'ibisco". Giovanni Marco Esposito, direttore commerciale di **Partesa**, tratteggia così lo scenario degli scorsi 12 mesi: "Il 2024 è stato un anno piuttosto difficile per il mondo Spirits nel fuori casa italiano: il clima d'incertezza e il potere d'acquisto segnato dalle recenti dinamiche inflattive hanno penalizzato i volumi, che registrano un calo generalizzato, e hanno portato ad un rallentamento del trend della premiizzazione, con qualche eccezione: da segnalare, infatti, il trading down di momenti di consumo come cena e after dinner, con una buona quota di consumatori che opta per referenze più economiche. Permane una certa

vivacità nel mercato, che si conferma governato dai trend della miscelazione e del bere di qualità. Il Gin continua a dominare la scena e i consumi, ma il Tequila sta prendendo sempre più piede, grazie soprattutto a prodotti di fascia premium. In terreno positivo anche le performance del Vermouth premium, protagonista indiscusso del momento aperitivo con volumi in netta crescita, mentre, in controtendenza, perdono terreno i Vermouth mainstream. Infine, è da segnalare un'importante novità: la diffusione, sempre più rapida nel canale Horeca, dei cocktail in fusto premiscelati, una soluzione pratica e funzionale soprattutto per quei punti di consumo che vogliono coprire diverse occasioni di consumo, ma non dispongono di personale esperto ad-

detto alla miscelazione". Che attese per il 2025? "Nonostante le difficoltà, la cultura del bere bene indirizzerà le scelte di consumo su prodotti di qualità. E con un'apertura sempre maggiore anche al segmento No Alcool, che oggi vediamo vivere un momento di vero e proprio fermento. E, non a caso, proprio in queste settimane stiamo lanciando una nuova referenza di Liq.ID, la nostra linea di Spirits private label: l'Upper Spritz analcolico. Altra novità per il nostro 2025 riguarda la collaborazione con Mixum, innovativa azienda milanese di cocktail Ready-to-Serve alla spina". Performance Spirits sottotono per **Pellegrini S.p.A.** gli scorsi 12 mesi, come conferma il presidente Pietro Pellegrini: "Nel 2024 ha sofferto più il comparto liquori e distillati che quello dei vini. Se così non fosse stato avremmo chiuso l'anno ancora meglio di quanto abbiamo fatto. Restiamo ottimisti per il 2025: al momento i dati sono in linea con lo scorso anno". Quali i trend che si sono imposti nel canale Horeca? "Per quanto ci riguarda, in relazione ai trend di mercato, abbiamo notato un buon ritorno di domanda del Whisky e non c'è dubbio che il Gin continui ad essere uno dei protagonisti. Noi abbiamo fondamentalmente puntato su prodotti nostri, mettendo a punto le ricette di tre Elisir: Barbaturo, Baffotonico e Medichina, che ci stanno dando ottime soddisfazioni". Già chiari gli obiettivi e le aspettative per il 2025: "L'intenzione fondamentale è consolidare quanto è già a catalogo, con particolare riferimento ai diversi

Luca Gargano



Martina Cerbone

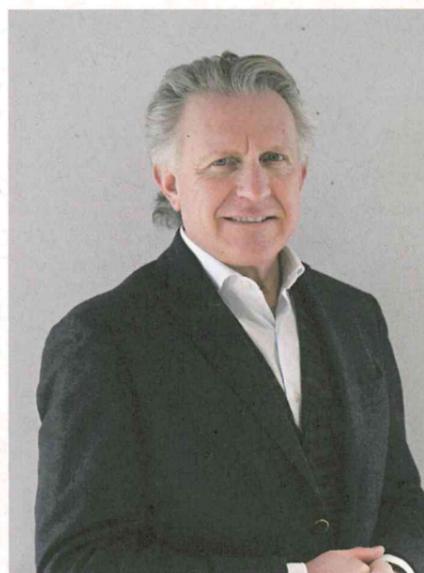
Leonardo e Carlo Alberto Sagna



Valentina Ursic



Pietro Pellegrini



Giovanni Marco Esposito

Whisky: Ardnamurchan, Koval, Kyoto Miyako e Welche's oltre ad Adelphi Selection e alle nostre selezioni di single cask Pellegrini Private Stock. Tra le novità del 2025, abbiamo di recente aggiunto alla nostra gamma, il Vermouth di Torino Vecchia Scuola, un prodotto che s'inserisce perfettamente nelle attuali tendenze di mercato, dato il crescente interesse per i Vermouth di qualità. Questa scelta riflette la nostra volontà di offrire un'etichetta autentica e artigianale, in linea con la nostra filosofia di selezione attenta e ricercata.

In un anno da record per il distributore monzese, per **Meregalli Spirits** invece sono stati 12 mesi di cautela, chiusi con un leggero calo del -3%. "Un bilancio comunque positivo rispetto all'andamento negativo del settore distillati, che ha risentito di una flessione dovuta anche al clima freddo e piovoso che ha caratterizzato primavera e autunno non permettendo di utilizzare gli spazi all'aperto dei locali", sottolinea l'amministratore delegato **Marcello Meregalli**. Chiare quelle che sono state le tendenze dei listini Spirits. "Il Gin rimane stabile in termini di vendite in un mercato ormai saturo; i Brown Spirits, trend in sviluppo, hanno chiuso in positivo ed è una categoria dove c'è spazio per nuovi investimenti: il Rum cresce grazie anche agli ultimi inserimenti a catalogo e sono previste nuove acquisizioni per il 2025; in positivo anche il comparto Whisky, con un ottimo potenziale grazie alla proposta internazionale trainata dalle produzioni giapponesi che hanno svecchiato la tipologia. Le vendite di Cognac invece rimangono ferme, grazie però ai liquori a base Cognac si movimenta la vendita di questo comparto. Il mondo Grappa, in sofferenza, mostra dati positivi solo nella vendita di edizioni speciali. Gli analcolici sono sempre più richiesti soprattutto per l'utilizzo nei cocktail low alcol. Un'altra tendenza in crescita sono gli aperitivi premium, in controtendenza con l'andamento del mercato, grazie alle nuove referenze di fascia alta inserite a listino che riscontrano successo".

Offre anche uno spaccato internazionale la fotografia scattata da **Micaela Pallini**, presidente e amministratore delegato di **Pallini**, dell'ultimo anno degli Spirits: "Il 2024 si è chiuso abbastanza bene, a fronte di un +1,3% circa, principalmente grazie ad alcuni mercati esteri; tuttavia, già in autunno avevamo notato un rallentamento sia a livello nazionale sia su alcuni contesti internazionali come la Germania. Purtroppo, il 2025 è partito molto lentamente: il mercato è molto fermo sia per motivi economici sia per l'effetto del nuovo codice della strada, misura importante ma comunicata in modo errato. Ai cittadini, infatti, non è stato spiegato che i limiti rimanevano gli stessi, l'unica differenza deriva dal forte inasprimento delle pene". Per quel che riguarda le tendenze degli scorsi 12 mesi, non manca qualche sorpresa: "Nel 2024 sono arrivati i primi segnali di un rallentamento del mondo del Gin soprattutto sui prodotti locali senza una chiara identità e strategia di mercato. Interessante notare come con il crescere dell'interesse verso i distillati di agave si sta affermando anche un trend legato ai consumi di soda al pompelmo rosa, grazie al Paloma, long drink fresco e dissetante. Il trend No-Lo, invece, stenta ancora a prendere piede in Italia, al contrario di alcuni contesti esteri in cui sta guadagnando importanti quote di mercato. Interessante, infine, la tendenza del Limoncello Spritz, che noi di Pallini stiamo cavalcando in diversi Paesi, non solo in Italia". Per il 2025, cosa attendersi? "Gli amari continueranno a trainare l'offerta nella ristorazione così come gli aperitivi e i bitter quella



**Marcello Meregalli**



**Micaela Pallini**



**Carlo Zoppis**



**Alice Lucchi**



**Anna e Andrea Maschio**

del momento che precede la cena o del fantomatico apericena. Per Pallini, nel 2025 sarà importante il lancio del Pallini Limoncello Spritz in lattina, un prodotto dal forte taglio innovativo già presente in Germania, Uk, Danimarca e Olanda".

Carlo Zoppis, Managing Partner & Chief Commercial Officer di **Zoppis srl Società Benefit**, così delinea l'attuale stato dell'arte dell'universo di distillati, liquori e amari, indicando la rotta per il suo futuro: "Quello degli Spirits è un mercato che, al contrario del vino, viene sospinto dalla globalizzazione, soprattutto nelle città e nelle località turistiche internazionali. Il mercato del superalcolico è in crisi, e i consumi di miscelato ai pasti in Italia sono molto bassi rispetto alle altre città internazionali, per questo noi ci aspettiamo un incremento in questa direzione che non coprirà il calo dei consumi, ma

che sarà la quota da intercettare".

Qualità del bere sempre più centrale all'interno dell'universo Spirits, come conferma Alice Lucchi, direttrice marketing di **Distilleria Nardini**: "Il 2024, per gli Spirits in generale, si è rivelato un anno ricco di sfide. Per noi di Nardini sono stati 12 mesi che ci hanno visto far segnare una performance positiva

nel mondo Off Trade, in controtendenza rispetto al mercato e ai principali competitor. Possiamo ritenerci soddisfatti per quanto fatto nel mondo del fuori casa nell'ultimo anno, ma sappiamo che possiamo crescere ancora. Tra i trend principali che caratterizzeranno il 2025 c'è senza dubbio quello della premiumizzazione: bere meno, ma meglio. Un'altra importante tendenza è sicuramente quello del No Alcol, anche se occorre capire se terrà sul lungo periodo o si arriverà ad un rallentamento a un certo momento della crescita. I focus dell'anno, per **Distilleria Nardini**, vedranno sicuramente protagonisti Acqua di Cedro e la nostra iconica Grappa, ma abbiamo in agenda

numerosi lanci che porteranno al completamento del nostro portfolio". Altro volto storico della distillazione italiana è quello di **Bonaventura Maschio**, con Andrea e Anna Maschio, quinta generazione della famiglia che è anima dell'azienda trevigiana, che così descrivono quelli che sono stati gli scorsi 12 mesi: "Il 2024 è stato un anno impegnativo in cui si

è avvertita la contingenza economica che riguarda un po' tutti i canali, soprattutto l'Horeca. Il mondo della miscelazione per fortuna ha dato comunque segni di vitalità, con buoni risultati dei Gin e degli aperitivi. Proprio la mixology ha rappresentato il trend principe del 2024, in particolare per quanto riguarda i Gin, sempre molto richiesti, e i prodotti che ruotano intorno al classico aperitivo italiano, come Vermouth e Bitter". Non a caso, è proprio in quest'ultima direzione che s'indirizzano le new entry 2025 di Bonaventura Maschio. "L'anno si è aperto per la nostra distilleria con il lancio di due nuovi prodotti: il Bitter Maschio e il Vermut Bonaventura", chiosano Andrea e Anna Maschio. "Il Bitter si ispira a un prodotto della Bonaventura Maschio degli anni '50, dal quale abbiamo preso anche il mood grafico un po' vintage. Protagonista del Vermouth invece è la città di Venezia, storicamente crocevia delle rotte commerciali che portavano in Europa vini pregiati e spezie esotiche. Proprio la ricchezza di quel periodo ci ha guidati nel miscelare gli ingredienti, creando un Vermouth sinuoso e amaricante".

