Hard tea, RTD, liquori: il tè scala il mondo dell’alcol

scritto da Veronica Zin | 11 Novembre 2026



Il tè sta superando il confine tra alcolico e analcolico: secondo IWSR l’hard tea cresce del 22% annuo negli Stati Uniti, mentre i liquori al tè entrano nella mixology italiana. Per il vino la sfida riguarda le occasioni di consumo diurne e leggere, e il mercato RTD italiano, pur piccolo, accelera del 13,4%.

Il tè sta diventando un’architettura di gusto che attraversa il confine tra alcolico e analcolico. È la tesi al centro di un report firmato IWSR, come riportato nell’articolo *Time for tea: how a global flavour trend can boost beverage alcohol*, secondo cui la versatilità del tè, dagli hard tea agli RTD a base di matcha e mate, fino ai liquori e agli spiriti infusi al tè, lo rende un prodotto capace di agganciare tendenze di benessere, autenticità e sperimentazione tra i consumatori più

giovani.

Due dati, in particolare, danno la misura del fenomeno. Il primo riguarda gli Stati Uniti, dove l'hard tea (bevanda alcolica con caffeina, ottenuta unendo tè infuso con alcol, dolcificanti e aromi) è tra le sottocategorie RTD in più rapida crescita, con un'espansione a un **CAGR del +22% tra il 2021 e il 2025**. Il secondo riguarda l'innovazione di prodotto: secondo l'RTD Innovation Catalogue di IWSR, nel 2025 il **3% dei nuovi lanci RTD conteneva ingredienti legati al tè**, contro il 2% del 2021. Una crescita contenuta in termini assoluti, ma significativa come segnale di direzione.

Di fronte a questi numeri, la domanda che ci siamo fatti in redazione è semplice: **può il vino inserirsi in questa tendenza e sfruttarla, o rischia di restarne semplicemente spettatore?** Per rispondere abbiamo provato a scomporre il fenomeno lungo tre direttrici: la mixology, il posizionamento di consumo del vino stesso, e il caso specifico degli RTD in Italia.

Mixology: un'opportunità già in corso

Qui il terreno appare più solido. Lo stesso report IWSR segnala che i liquori a base di tè sono entrati nel mercato italiano: restano un prodotto di nicchia, ma crescono e innovano nei servizi, offrendo ai bartender alternative ai cocktail classici. È un segnale coerente con la cultura italiana dell'aperitivo, che ha sempre avuto un rapporto flessibile con gli ingredienti botanici, dal vermouth alle erbe amare. **In questo spazio il tè non compete con il vino: si aggiunge alla cassetta degli attrezzi della mixology, la stessa in cui il vino, tramite spritz e vini aromatizzati, ha già un ruolo consolidato**.

Il posizionamento di consumo del vino

Il punto più delicato riguarda invece il posizionamento.

Secondo IWSR, il tè si presta naturalmente alle occasioni di consumo diurno e alle situazioni in cui i consumatori cercano un alcol più leggero o bevande funzionali: **esattamente lo stesso spazio che il vino sta cercando di conquistare con spumanti più leggeri e prodotti no e low alcohol**.

Da notare che il segmento no/low ha registrato una crescita globale del 9% in volume nel 2025, trainata soprattutto da motivazioni legate alla salute, come riportato nell'articolo di The Drinks Business, *No and low alcohol and functional drinks surge – but not for the same reasons*.

E se il tè intercettasse lo stesso bisogno di leggerezza e benessere con un'immagine percepita come ancora più naturale, quale sarebbe il rischio per il vino? Forse non tanto la sostituzione diretta, quanto la concorrenza per un'occasione di consumo che entrambe le categorie stanno corteggiando nello stesso momento.

RTD in Italia: un mercato piccolo, ma vivace

In Italia il comparto RTD è ancora in fase di sviluppo, ma non stazionario: circa **un italiano su quattro** ha consumato un RTD negli ultimi sei mesi, con un interesse crescente tra i più giovani (*Ready to drink: crescita a livello globale del 2%, prospettive ed evoluzioni future*). Nella grande distribuzione, secondo i dati Circana ripresi da Wine Pambianco (*Il ready-to-drink cresce in doppia cifra. L'Italia scopre il 'pronto da bere'*) il **segmento vale quasi 26 milioni di euro, in crescita del 13,4%, per quasi 14 milioni di pezzi venduti**.

Sono numeri piccoli se confrontati con il vino, certo, ma sono numeri in accelerazione. E qui la cultura enologica italiana sembra offrire una resistenza specifica: secondo alcune stime di mercato riportate da OhBev (*RTD Market 2026 Forecast and Trends*) solo circa l'1% dei bevitori abituali di vino fermo italiani sceglierebbe un cocktail premiscelato in sua

assenza: **un segnale di quanto il legame tra italiani e vino resti, almeno per ora, difficilmente sostituibile da una lattina**.

Il tè, nel mondo del beverage alcohol, non sembra porsi come una minaccia diretta per il vino, quanto come un concorrente indiretto per lo stesso spazio di consumo che il settore sta cercando di ampliare da anni: quello diurno, leggero, meno formale. Resta da vedere se i produttori di vino sceglieranno di ignorare il fenomeno, di contrastarlo puntando su spumanti e no/low, o se, più sorprendentemente, qualcuno proverà a incontrarlo a metà strada, nel bicchiere di un cocktail.

Punti chiave

1. **Il tè attraversa il confine** tra alcolico e analcolico, secondo il report IWSR.
2. **L’hard tea cresce del 22%** annuo negli Stati Uniti tra il 2021 e il 2025.
3. **I liquori al tè** entrano nel mercato italiano: nicchia in crescita, utile alla mixology e all’aperitivo.
4. **Il vino compete con il tè** sulle occasioni diurne e leggere, il terreno di spumanti e no/low.
5. **Gli RTD italiani valgono quasi 26 milioni di euro**, in crescita del 13,4% nella grande distribuzione.