RTD, uno dei pochi segmenti in crescita nel mercato degli alcolici

scritto da Stefano Montibeller | 29 Settembre 2026

Gli RTD sono tra i pochi segmenti in crescita nel mercato globale degli alcolici, con volumi aumentati del 76% dal 2016. In Italia la categoria resta invece sostanzialmente stabile. Il fenomeno offre comunque indicazioni utili al vino su formati, quantità, leggibilità dell'offerta e occasioni di consumo, senza suggerire una semplice replica del modello statunitense.

La crisi del mercato degli alcolici non coinvolge tutte le categorie nello stesso modo. Mentre vino, birra e spirits perdono volumi, **i ready-to-drink stanno intercettando occasioni di consumo** che l'offerta tradizionale sembra coprire con maggiore difficoltà.

Come racconta l'articolo "Why the industry is banking on RTDs", pubblicato su *Drinks International*, dal 2016 i volumi globali degli spirits sono diminuiti di circa il 6%, quelli della birra del 10% e quelli del vino del 17%. **Nello stesso periodo gli RTD sono cresciuti del 76%.** Nel 2025 la categoria ha raggiunto circa un miliardo di casse equivalenti da nove litri e negli Stati Uniti rappresenta ormai il 13% dei volumi complessivi di bevande alcoliche, contro il 6% del 2019.

Il successo non dipende soltanto dalla praticità di una lattina o di una bottiglia monodose. **Gli RTD vengono progettati partendo da un'occasione precisa**, con un gusto facilmente identificabile, una quantità definita e una spesa contenuta. Il consumatore sa cosa sta acquistando, come consumarlo e quanto spenderà.

Questo aiuta anche a comprendere perché alcuni grandi gruppi internazionali stiano aumentando gli investimenti nella categoria. Diageo, ad esempio, considera ormai i cocktail in lattina una componente delle occasioni di consumo degli spirits. L'azienda ha rilevato che molti consumatori, sotto pressione economica, **cercano confezioni più piccole e confrontano il prezzo di un RTD con quello di un cocktail ordinato al bar.**

Il fenomeno non si presenta però con la stessa intensità in tutti i Paesi. Secondo IWSR, **in Italia i volumi degli RTD sono diminuiti del 2% nel 2024**, dopo una flessione media annua dell'1% tra il 2019 e il 2024. Le previsioni indicano un mercato sostanzialmente stabile fino al 2029. Soltanto l'1% dei consumatori italiani di vino fermo sceglierebbe inoltre un cocktail premiscelato se il vino non fosse disponibile.

Non siamo quindi di fronte a un'alternativa destinata a sostituire il vino nel mercato italiano. Copiare il modello statunitense avrebbe poco senso. Le ragioni alla base del successo degli RTD possono comunque offrire alcune indicazioni utili.

La prima riguarda la quantità. **Una bottiglia da 750 millilitri rimane adatta a un pasto condiviso, ma può risultare eccessiva per una persona sola o per un'occasione breve.** Il consumatore non valuta soltanto il prezzo al litro. Considera la spesa complessiva, quanto intende bere e la possibilità di non terminare il prodotto.

Un segnale arriva anche dalla ristorazione italiana. In un nostro recente approfondimento di Wine Meridian "La mezza bottiglia è tornata?", le esperienze raccolte dagli operatori indicano **una rinnovata richiesta del formato da 375 millilitri, soprattutto da parte della clientela business.**

La mezza bottiglia non è un RTD e mantiene inalterata la natura del vino. **Risponde però alla medesima esigenza di una quantità più gestibile**, conservando il vantaggio di una bottiglia chiusa e scelta autonomamente rispetto alla proposta al calice. Non è ancora una tendenza certificata, ma un'indicazione raccolta da chi osserva ogni giorno i comportamenti al ristorante. L'offerta ancora limitata da parte dei produttori rappresenta uno dei principali ostacoli.

Gli RTD pongono anche **una questione di leggibilità.** Dichiarano generalmente il gusto, la gradazione e la modalità di consumo. Il vino chiede invece al cliente di tradurre denominazione, vitigno e annata in un'aspettativa sensoriale. Questa complessità può rendere più difficile la scelta quando manca l'assistenza di un operatore.

Il precedente degli hard seltzer invita comunque alla prudenza. Dopo una crescita molto rapida, il mercato statunitense si è affollato e la categoria ha subito una forte contrazione. Anche per gli RTD il formato non basta. **Servono un'occasione riconoscibile, un prezzo coerente e una distribuzione capace di sostenere il riacquisto.**

Per alcune imprese vinicole italiane gli RTD a base vino possono rappresentare un'area di sperimentazione. Per molte

altre, **l’indicazione più utile riguarda formati e occasioni di consumo.** Prima di lanciare una nuova referenza occorre capire a chi è destinata, dove verrà consumata e quale esigenza dovrà soddisfare. La crescita degli RTD dimostra che, anche in un mercato in calo, rimane spazio per proposte costruite intorno ai comportamenti reali dei consumatori.

Punti chiave

1. **Crescita globale degli RTD:** i volumi sono aumentati del 76% dal 2016, mentre vino, birra e spirits sono calati.
2. **Italia:** gli RTD hanno perso il 2% nel 2024 e IWSR prevede un mercato sostanzialmente stabile fino al 2029.
3. **Formati:** quantità definite e confezioni più piccole intercettano occasioni brevi e consumatori attenti alla spesa complessiva.
4. **Mezza bottiglia:** nella ristorazione italiana emerge una rinnovata richiesta del formato da 375 millilitri, soprattutto dalla clientela business.
5. **Leggibilità:** gli RTD comunicano gusto, gradazione e modalità di consumo in modo più immediato rispetto al vino.