Consumo bevande alcoliche: i 6 trend trainanti del 2025

scritto da Emanuele Fiorio | 29 Agosto 2025



Il mondo delle bevande alcoliche è in rapida evoluzione. Il report IWSR Global Trends 2025 svela un consumatore più attento alla salute e selettivo. I brand si confrontano con un mercato frammentato, in cui il consumo si sposta verso l'ambiente domestico, il digitale e i prodotti no-alcol, ridefinendo il futuro del beverage.

Il mondo del beverage alcolico si trova a un bivio. Dopo un 2024 complesso, segnato da un calo globale dei volumi del **-1%** e da una crescita dei ricavi di appena il **+1%**, i brand del settore si confrontano con un mercato sempre più frammentato e imprevedibile. In questo scenario, l'autorevole **IWSR Global Trends Report 2025** ha identificato **sei tendenze macro** che stanno definendo le nuove abitudini di consumo, offrendo una bussola per navigare le sfide del prossimo futuro. Emerge il

ritratto di un consumatore che non rinuncia al piacere, ma lo cerca in modo diverso: più consapevole, selettivo e guidato da valori personali.

1. La premiumisation diventa selettiva

Il desiderio di bere “premium” non è svanito, ma ha cambiato pelle. Non si tratta più di una corsa lineare verso il lusso, ma di una **premiumisation selettiva**. Le pressioni economiche e i nuovi valori spingono i consumatori a **consumare meno, ma scegliere opzioni di qualità superiore** quando lo fanno. La scelta non è più dettata dallo status, ma dalla ricerca di prodotti che riflettano i propri valori, siano adatti all’occasione e offrano un reale valore percepito.

Questa tendenza è evidente nella vibrante cultura dei cocktail, dove si cercano esperienze uniche e innovative. Non a caso, si prevede che i **volumi globali dei cocktail pronti (RTD) raddoppieranno tra il 2019 e il 2029**, con picchi di crescita in Nord America che potrebbero toccare il +400%. I volumi premium-and-above sono cresciuti del +3% nel 2024, trainati soprattutto dalla birra, con una performance più robusta in Sud America, Asia e Africa.

2. Stili di vita in evoluzione e consumo domestico

La ricerca di un miglior rapporto qualità-prezzo e il **desiderio di esperienze personalizzate e immersive** stanno cambiando le abitudini sociali. Molti consumatori, dopo aver ridotto il consumo di alcol per motivi economici, hanno scelto di mantenere questo stile di vita più moderato. Si assiste a una crescente preferenza per le **esperienze domestiche e virtuali** rispetto alle uscite tradizionali, con la ricerca di comunità e connessione sempre più spesso online.

La casa si trasforma nel nuovo fulcro della socialità. Si adattano alle mura domestiche occasioni tipiche del fuoricasa,

come cene e aperitivi, per avere un maggiore controllo sulla spesa e sull'esperienza. In alcune aree, iniziano a diffondersi **persino i "terzi spazi" fai-da-te, come bar casalinghi non autorizzati.**

3. L'impatto della tecnologia e dell'e-commerce

Il digitale continua a essere un motore di crescita. Le vendite globali dell'**e-commerce di alcolici sono aumentate del +2%** in valore nel 2024, grazie alle ottime performance di spirits, birra e RTD. **L'Asia-Pacifico si conferma una regione chiave**, con un +4% che la proietta come futuro traino del canale.

La tecnologia non è solo un canale di vendita, ma un modo per superare le barriere distributive e connettersi direttamente con i consumatori. **La convenienza resta un fattore cruciale**, spingendo i brand a diversificare i modelli operativi. Nel mondo digitale, influencer e celebrità modellano le tendenze dei giovani, con un focus crescente su storytelling e sobrietà, rendendo i prodotti RTD un segmento da monitorare attentamente.

4. Nuove forme di socialità: l'aperitivo e il calo dell'on-trade

L'accessibilità economica sta ridefinendo anche le occasioni di consumo. I consumatori prediligono momenti meno formali e più esperienziali, come il sempre più diffuso **rito dell'aperitivo**, dove gli spritz continuano a dominare la scena.

Se da un lato si assiste a un generale "downtrading" (la scelta di prodotti più economici), il canale on-trade (bar e ristoranti) continua a soffrire. **Tra il 2019 e il 2024, i volumi del fuoricasa si sono contratti in tutte le regioni del**

mondo, con la sola eccezione di Africa e Medio Oriente, che hanno registrato una crescita del +4%. Questo ha rafforzato l'importanza del consumo casalingo, percepito come più controllabile e intimo.

5. Salute, etica e crescita del "no-alcol"

Le motivazioni per la moderazione si stanno ampliando. Sempre più persone scelgono di ridurre il consumo di alcol, e la crescente diffusione di questa abitudine la rende socialmente più accettata. Prende piede il cosiddetto **"zebra striping", ovvero l'alternanza tra bevande alcoliche e analcoliche** nella stessa occasione.

Questa tendenza ha portato a un'impressionante crescita del **+9% nei volumi totali del segmento no-alcol nel 2024.** Sebbene la birra analcolica resti dominante, anche le altre categorie stanno guadagnando terreno. Parallelamente, l'identità culturale e l'attenzione al prezzo favoriscono i **brand locali** in mercati come l'India, dove i single malt nazionali hanno superato nelle vendite i più blasonati Scotch. La sostenibilità, infine, rimane un importante indicatore di qualità, soprattutto per Gen Z e Millennial.

6. Pressioni esterne: geopolitica e regolamentazione

Un contesto globale instabile, tra tensioni geopolitiche e sfide economiche, continua a influenzare il comportamento dei consumatori. Anche con un'inflazione in calo, le persone hanno continuato a dare priorità a beni essenziali rispetto all'alcol.

In questo quadro, i brand devono essere sempre più agili nell'adattarsi a catene di approvvigionamento volatili e normative in evoluzione. **L'impatto di dazi e accordi**

commerciali varia enormemente: mentre i produttori di Scotch whisky beneficeranno di un nuovo accordo tra Regno Unito e India, affrontano barriere più alte verso gli Stati Uniti. Infine, i governi stanno intensificando i messaggi sulla salute pubblica, influenzando il consumo soprattutto dove la fiducia nelle istituzioni è alta.

Le indicazioni chiave che emergono dal IWSR Global Trends Report 2025 sono:

- **La premiumisation è una storia, non un prezzo.** Il lusso non si misura più in euro, ma in autenticità. Un produttore di vino è seduto su una miniera d'oro di storie: il terroir, la sostenibilità delle pratiche, l'identità locale, la tradizione familiare. La sfida non è più solo fare un vino eccellente, ma saperlo **raccontare in modo avvincente sui canali digitali**, trasformando una bottiglia in un'esperienza di valore.
- **Le occasioni domestiche e informali crescono.** Il boom del consumo casalingo e degli aperitivi "fai-da-te" è un'opportunità d'oro. Il vino è il re della tavola domestica, ma può diventare anche il protagonista di momenti più informali. Questo richiede **agilità nei formati**: non solo la bottiglia classica, ma anche soluzioni innovative come i cocktail a base di vino pronti da bere (RTD) o formati più piccoli che intercettino la domanda di praticità e consumo moderato.
- **La moderazione non è un nemico, ma un mercato.** La crescita esplosiva del "no-alcol" (+9%) e la pratica dello "zebra striping" sono un invito diretto all'innovazione. Il settore del vino è rimasto indietro nella creazione di alternative analcoliche di qualità. Investire seriamente in **vini a bassa gradazione o dealcolizzati** che preservino complessità e piacere è oggi una delle più grandi frontiere commerciali da esplorare.

Punti chiave:

1. La **premiumisation diventa selettiva**: i consumatori scelgono prodotti di alta qualità che riflettono i propri valori, non solo per lo status.
2. Il **consumo domestico è in crescita**: la casa diventa il nuovo fulcro della socialità, con un aumento delle esperienze di consumo private e virtuali.
3. **Digitale ed e-commerce** guidano la crescita: la tecnologia non è solo un canale di vendita, ma anche un modo per connettersi con i consumatori.
4. **Aperitivo e "down-trading"**: i consumatori preferiscono occasioni meno formali come l'aperitivo, mentre l'on-trade continua a soffrire.
5. **Crescita del "no-alcol"**: la moderazione e l'attenzione alla salute spingono il settore delle bevande analcoliche, che registra un'impressionante crescita del +9%.