Mercato alcolici 2025: le 5 tendenze chiave

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Marzo 2025



Il mercato degli alcolici nel 2025 sarà plasmato da cinque tendenze chiave: il consolidamento della moderazione, la spinta dei mercati emergenti, il consumo più informale, il rallentamento della premiumisation e l'ascesa del digitale. Con dati IWSR alla mano, esploriamo come queste dinamiche stiano ridefinendo strategie di vendita e preferenze dei consumatori su scala globale.

Il 2025 si presenta come un anno di sfide ed opportunità per l'industria globale delle bevande alcoliche. Sebbene l'incertezza economica e le tensioni geopolitiche continuino a pesare sui mercati maturi come Stati Uniti ed Europa, le economie emergenti mostrano una sorprendente resilienza. Secondo l'ultimo report di IWSR, autorevole fonte di dati e analisi sul settore delle bevande alcoliche, **il panorama**

commerciale del 2025 sarà caratterizzato da cinque tendenze chiave che stanno ridefinendo i modelli di consumo e le strategie di crescita del settore.

L’espansione della classe media in paesi come India, Sudafrica e diverse nazioni del Sud-Est asiatico e dell’America Latina sta favorendo l’aumento del consumo di prodotti premium e innovativi. Inoltre, la crescita del canale on-premise (consumo fuori casa) e il ruolo sempre più centrale delle piattaforme digitali nel processo di acquisto delineano un futuro dinamico e in evoluzione per il comparto.

1. Il consolidamento delle strategie di moderazione

La tendenza alla moderazione nel consumo di alcol, già osservata negli ultimi anni, sta diventando un fenomeno culturale trasversale a tutte le fasce d’età e ai diversi mercati globali. Secondo IWSR, i consumatori adottano sempre più spesso **strategie di moderazione che comprendono:**

- Consumo più leggero: Il segmento dei “light drinkers” è ormai il più numeroso nei 15 mercati principali monitorati da IWSR, superando quelli a consumo medio e alto.
- Astinenza temporanea: In India, il 72% dei consumatori più abbienti in 10 grandi città dichiara di astenersi dal consumo di alcol per periodi definiti. Trend simili si riscontrano in Sudafrica, Messico e Brasile.
- Categoria unica: Sempre più consumatori scelgono di bere un solo tipo di bevanda per evento, riducendo così la quantità complessiva consumata.

In questo contesto, il **segmento no/low-alcohol** continua la sua espansione, con un tasso di crescita annuo composto (CAGR) del **+4% tra il 2024 e il 2028**. Il **no-alcohol**, in particolare, crescerà a un **ritmo del +7%**, generando un incremento di valore

stimato oltre i 4 miliardi di dollari entro il 2028.

2. Il baricentro della crescita si sposta verso i mercati emergenti

Se nei mercati maturi la crescita sarà marginale o addirittura negativa, **il futuro del settore sarà trainato dalle economie emergenti. Paesi come India, Cina, Brasile, Messico, Sudafrica, Vietnam e Nigeria** stanno registrando incrementi significativi nella domanda di bevande alcoliche, grazie a popolazioni più giovani, redditi in crescita e classi medie in espansione.

Alcuni esempi concreti:

- In India, il volume totale di bevande alcoliche è cresciuto del 4% nella prima metà del 2024, con un boom per spirit premium, RTD (ready-to-drink) e whisky locali.
- In Sud-Est asiatico, il Vietnam e le Filippine stanno vedendo un aumento della domanda per birre e distillati premium.
- In Africa, il Sudafrica sta registrando incrementi consistenti nei segmenti birra, sidro e RTD.
- In America Latina, il consumo di RTD e birre premium è in forte ascesa in Messico e Brasile, spinto dai mutamenti delle norme sociali e dalle preferenze dei giovani consumatori.
- L’India, in particolare, rappresenta un caso esemplare: nonostante un mercato ancora regolamentato, alcuni stati stanno adottando politiche più flessibili, riconoscendo il contributo del settore al gettito fiscale.

3. Il consumo diventa più informale e

spontaneo

Le occasioni di consumo stanno cambiando, spostandosi da contesti formali a situazioni più casual e spontanee. Questo sta avvantaggiando categorie come vini rosé, Prosecco, bitter e aperitivi a base di spirit.

Alcuni esempi:

- Negli Stati Uniti, Prosecco e RTD stanno diventando protagonisti di brunch, barbecue e incontri informali, sostituendo opzioni più costose come lo Champagne.
- In Italia, la cultura dell'aperitivo sta spingendo la crescita del Prosecco e dei bitter.
- In Cina, la preferenza per opzioni economiche e informali sta ridefinendo il mercato del fuori casa, mentre la crisi economica porta a un downgrading delle scelte di consumo.
- RTD e cocktail pre-miscelati continuano a guadagnare terreno in tutti i principali mercati, con previsioni di crescita significative fino al 2028, specialmente in Brasile (+6%), Australia (+4%), Germania (+4%), Stati Uniti (+3%) e Canada (+3%).

4. Rallenta la premiumisation, ma la birra tiene il passo

Se la crescita dei prodotti premium si sta affievolendo, il segmento della birra premium sta registrando una performance positiva, con un incremento del +2% nei primi sei mesi del 2024. Al contrario, distillati e vini premium hanno subito una flessione del -3%.

La birra premium si sta affermando come un'opzione economicamente accessibile per i consumatori che vogliono mantenere una sensazione di esclusività senza affrontare costi eccessivi. Mentre i consumatori a reddito più basso stanno

riducendo sia i volumi che la spesa, quelli più abbienti tendono a mantenere il valore dell'acquisto riducendo i volumi.

D'altra parte, **gli "status spirit"** (distillati di lusso con un prezzo medio sopra i 100 dollari) **stanno continuando a espandere la loro quota di valore**, rappresentando ormai il 5% del mercato globale degli spirit, grazie a una clientela più resistente alle difficoltà economiche.

5. Il digitale trasforma il processo d'acquisto

Il consumo fuori casa sta mostrando segnali di ripresa in mercati chiave come Cina, Germania, Italia, Messico, Regno Unito e Stati Uniti. I consumatori stanno tornando a consumare nei locali, sebbene con una maggiore attenzione alla moderazione.

Parallelamente, il digitale sta assumendo un ruolo cruciale nel processo decisionale d'acquisto: secondo IWSR, **il 63% degli acquirenti online di alcolici svolge ricerche approfondite prima di comprare**, e questo comportamento si sta diffondendo anche agli acquisti in negozio. Le principali fonti di informazione includono siti web di brand, recensioni di prodotti e app di consegna, con il confronto prezzi e la scoperta di nuovi prodotti tra i driver principali.

Il 2025 si prospetta come un anno di transizione per il mercato delle bevande alcoliche. Mentre l'inflazione e le tensioni globali continuano a influenzare i consumatori nei mercati maturi, le economie emergenti offrono nuove opportunità di crescita. **La moderazione, il consumo casual, la birra premium e il digitale stanno ridisegnando le dinamiche di settore**, richiedendo agli operatori un approccio sempre più mirato e flessibile per intercettare le nuove tendenze e le mutevoli preferenze dei consumatori.

Punti chiave:

1. **Moderazione in crescita** – Sempre più consumatori adottano strategie di riduzione del consumo di alcol, spingendo il segmento no/low-alcohol (+4% annuo). L’astinenza temporanea e la scelta di un’unica categoria per evento sono tendenze dominanti.
2. **I mercati emergenti trainano la crescita** – Mentre i mercati maturi rallentano, paesi come India, Brasile, Vietnam e Sudafrica registrano una forte domanda di birra, RTD e spirit premium grazie all’espansione della classe media.
3. **Consumo più informale e occasionale** – Le bevande alcoliche stanno diventando protagoniste di momenti più casual, come brunch, aperitivi e incontri informali. Il Prosecco, i RTD e i bitter ne beneficiano maggiormente.
4. **La premiumisation rallenta, ma la birra regge** – Mentre vini e distillati premium calano del -3%, la birra premium cresce del +2%, diventando l’alternativa accessibile per chi vuole mantenere un’esperienza esclusiva senza costi eccessivi.
5. **Il digitale cambia il modo di acquistare** – Il 63% degli acquirenti online effettua ricerche approfondite prima di comprare alcolici. Il digitale è sempre più centrale nelle scelte d’acquisto, con recensioni, comparazione prezzi e app di consegna che influenzano le decisioni.