Cocktail, vermouth e amari: la cultura dell’aperitivo conquista gli USA

scritto da Emanuele Fiorio | 29 Dicembre 2024



Negli Stati Uniti cresce l’interesse per aperitivi, vermouth e amari, ispirati alla tradizione europea ma adattati ai gusti locali. Cocktail meno zuccherati, sapori amari e leggerezza alcolica conquistano i consumatori, aprendo nuove opportunità per produttori e cantine. Questo trend emergente, guidato da influenze culturali e salutistiche, potrebbe ridefinire il panorama del consumo americano.

Un interessante **slancio verso i sapori amari** sta cambiando il panorama delle bevande alcoliche negli Stati Uniti. Gli **aperitivi e i vermouth**, tradizionali pilastri della cultura europea, stanno trovando un posto di rilievo nei gusti dei consumatori americani, grazie a un mix di influenze culturali,

tendenze salutistiche e **riluttanza verso i cocktail troppo zuccherati.**

Dalle pagine di Wine Business, Chris Beyer, fondatore di Veso, un brand di aperitivi nato a San Francisco nel 2021, afferma: “Produrre aperitivi e vermouth negli Stati Uniti ha assolutamente senso”. Dopo un primo anno di sperimentazioni con sole 280 casse prodotte, Beyer ha ampliato la produzione a 1.500 casse nel 2023 con otto varianti diverse, prevedendo di raddoppiare il volume nel prossimo anno.

Secondo i dati forniti da Datassential, azienda di ricerche di mercato nel settore Food&Beverage, **aperitivi e cocktail a base di vino sono tra le categorie emergenti per il 2025**, soprattutto tra i consumatori più giovani. Colleen McClellan, chief customer officer di Datassential, sottolinea come questa tendenza stia cambiando l’immagine tradizionale del vino, rendendolo più “divertente e accessibile.”

Negli anni della pandemia, la crescita dei cocktail “fatti in casa” aveva già spinto le vendite di vermouth, un trend rallentato con la fine delle restrizioni. Tuttavia, il nuovo interesse verso gli aperitivi sembra riflettere una preferenza più radicata e duratura, che offre opportunità anche ai produttori vinicoli per raggiungere nuovi segmenti di pubblico.

Jennifer Kimpe, co-fondatrice di Rue de Reve Aperitifs in California, spiega che **i consumatori americani cercano cocktail “più leggeri, brillanti e meno alcolici”** per iniziare la serata. Il classico “happy hour” sembra essere sostituito dal più raffinato aperitivo, ispirato alla tradizione europea.

“I dati europei mostrano prospettive molto promettenti per la crescita degli aperitivi negli Stati Uniti,” osserva Kimpe, aggiungendo che i viaggi internazionali e l’influenza dei social media hanno avvicinato sempre più gli americani alla *drinking culture* europea.

Anche Beyer nota un cambiamento significativo nei gusti: “Negli ultimi cinque anni, la cultura del drink si è spostata verso stili più leggeri e facili da consumare.”

Aaron Sing Fox, co-fondatore di Forthave Spirits a Brooklyn, attribuisce parte di questa trasformazione al movimento “Better for You,” che guida i consumatori verso scelte più salutari in ogni ambito, dai cibi confezionati ai drink.

Leggi anche – Top trends mercato USA: Prosecco, bianchi premium e dealcolati

Cocktail meno dolci e più complessi, come Negroni ed Espresso Martini, stanno guadagnando terreno, sostituendo le bevande zuccherate che dominavano all’inizio degli anni 2000. “Le persone sono passate dai semplici Vodka Soda a cocktail più elaborati, **scoprendo sapori amari che prima non erano considerati**,” aggiunge Sing Fox.

Anche i produttori di amari, come Henry Tarmy di Ventura Spirits Company, notano una maggiore apertura e apprezzamento per le loro creazioni da parte dei consumatori americani. L’Angeleno Amaro di Tarmy, realizzato con vino French Colombard locale, può essere utilizzato in cocktail tradizionali, miscelato con acqua frizzante per opzioni a basso contenuto alcolico o combinato con caffè freddo e mezcal per sperimentazioni audaci.

Diversamente dall’Europa, dove le aspettative verso gli aperitivi sono più consolidate, **i produttori statunitensi godono di una libertà creativa che stimola l’innovazione.** Tuttavia, l’attenzione resta sulla qualità artigianale. Jennifer Kimpe sottolinea: **“Parte del fascino degli aperitivi e degli amari negli Stati Uniti è che non sono ancora stati commercializzati su larga scala. Questo li rende speciali sia per i consumatori che per gli operatori del settore”.**

Nonostante la crescita promettente, il segmento è ancora lontano dalla saturazione. “La complessità nel produrli

garantisce che non ci saranno molti nuovi concorrenti dall'oggi al domani," evidenzia Beyer. Il trend degli aperitivi rappresenta una possibilità significativa anche per le cantine tradizionali che potrebbero diversificare l'offerta con prodotti innovativi e attrarre nuovi consumatori. **L'evoluzione delle preferenze dei consumatori americani verso sapori amari e cocktail meno alcolici sembra destinata a durare**, trasformando un mercato di nicchia in una realtà sempre più consolidata.

Punti chiave:

1. **Crescita della cultura dell'aperitivo negli USA**: La cultura europea dell'aperitivo, caratterizzata da vermouth e amari, sta conquistando i consumatori americani, grazie a influenze culturali, viaggi internazionali e social media.
2. **Preferenza per cocktail meno zuccherati e alcolici**: La tendenza verso bevande più leggere, sapori amari e complessità aromatica sta sostituendo i cocktail dolci e semplici del passato.
3. **Opportunità per produttori e cantine**: La domanda di aperitivi artigianali e innovativi offre nuove opportunità di mercato, anche per i produttori vinicoli, con un interesse crescente per prodotti di qualità e a basso contenuto alcolico.
4. **Movimento "Better for You"**: I consumatori americani si orientano sempre più verso scelte salutari, influenzando il mercato del beverage con una maggiore attenzione alla qualità e agli ingredienti naturali.
5. **Mercato in evoluzione con margini di crescita**: Pur in crescita, il segmento degli aperitivi e degli amari negli Stati Uniti non è ancora saturo, lasciando spazio per l'innovazione e la creatività dei produttori.