Premiumisation whisky: il consumatore premia il valore percepito, non il prezzo più alto

scritto da Emanuele Fiorio | 27 Novembre 2026



Il mercato mondiale del whisky cambia direzione: la crescita si concentra in pochi segmenti premium e in mercati come India e Irlanda, mentre Scotch, whiskey americano e whisky giapponese rallentano. L'analisi IWSR evidenzia una crescente polarizzazione dei consumi e offre indicazioni importanti anche per il vino italiano: non basta aumentare i prezzi, bisogna costruire valore riconoscibile.

La premiumisation non è finita, ma sta cambiando profondamente natura. E soprattutto non coinvolge più il mercato delle bevande alcoliche in maniera uniforme. È quanto emerge

dall’analisi di IWSR, pubblicata a fine ottobre scorso, che fotografa un mercato mondiale del whisky attraversato da dinamiche divergenti, dove la crescita si concentra in pochi segmenti di prezzo e in specifiche aree geografiche.

Nel 2025 il whisky globale ha registrato un incremento di circa l’1% dei volumi e del 2% del valore. Un risultato positivo solo in apparenza omogeneo: a sostenere il comparto sono soprattutto il whisky indiano, quello irlandese e le produzioni di altre origini, mentre tre delle categorie storicamente più rappresentative, Scotch, whiskey americano e whisky giapponese, hanno perso volumi.

Il fenomeno più interessante è la **polarizzazione dei consumi per fascia di prezzo**. La crescita non si distribuisce più lungo tutta la scala commerciale, ma si concentra in segmenti specifici. Per lo Scotch il progresso riguarda principalmente la fascia premium; per l’americano quella ultra-premium; per il giapponese le categorie prestige e super-premium. Nell’irlandese, invece, avanzano soprattutto standard e super-premium.

Come sottolinea Marten Lodewijks, Managing Director & President di IWSR, il mercato sta premiando fasce circoscritte, mentre **i segmenti mainstream e value assorbono una parte significativa della contrazione.** Il whisky indiano rappresenta l’eccezione più evidente a questa tendenza.

Scotch in difficoltà nei mercati maturi, India nuovo motore

Lo Scotch whisky racconta bene le contraddizioni del momento. Nel 2025 i volumi sono diminuiti del 2%, mentre il valore è cresciuto del 2%. Dietro questa differenza si nascondono mercati maturi in difficoltà, dove i prezzi sempre meno accessibili frenano il consumo e rendono più complicato conquistare nuovi bevitori.

La fascia premium è stata l’unica a registrare una crescita significativa a livello mondiale (+1% in volume). Lo standard è rimasto stabile, mentre il segmento value ha perso il 9%.

Non mancano, tuttavia, mercati in controtendenza. La Turchia ha segnato un incremento del 12% dei volumi, l’Ucraina del 23% e il Venezuela del 21%. In India lo Scotch è cresciuto del 5%, con progressi a doppia cifra nel travel retail.

Ancora più significativa la **performance del whisky indiano**, che nel 2025 ha aumentato i volumi del 4% e il valore del 7%. A differenza di altre categorie, la crescita ha interessato tutte le principali fasce di prezzo: +4% per il value, +27% per lo standard, +20% per il premium e +36% per il super-premium. Il segmento è destinato a proseguire la propria espansione, con una crescita media annua dei volumi prevista del 4% fino al 2030.

Whisky irlandese e giapponese: due traiettorie differenti

Anche il **whiskey irlandese mantiene un andamento positivo**, sebbene la crescita abbia rallentato rispetto agli anni precedenti. Nel 2025 i volumi sono aumentati del 2% e il valore del 4%. La fascia super-premium ha registrato un incremento dei volumi dell’11%, mentre lo standard è cresciuto del 5%. Particolarmente significativo il risultato in India, dove la categoria ha guadagnato il 21%.

Di segno opposto il bilancio del whisky giapponese, che ha perso il 3% dei volumi e l’1% del valore. La crescita si è concentrata nelle fasce prestige (+15%) e super-premium (+12%), mentre gli altri segmenti hanno ristagnato o arretrato. L’aumento dei prezzi, l’inflazione e la debolezza dello yen hanno contribuito a spostare parte dei consumatori giapponesi verso alternative più economiche, tra cui i cocktail ready-to-drink.

Anche il whiskey americano ha attraversato un anno complicato: volumi in calo del 3% e valore in diminuzione dell'1%. L'unica fascia in crescita è stata quella ultra-premium (+1%), mentre il segmento value ha perso il 7%. A pesare è anche il problema delle scorte, che negli Stati Uniti hanno raggiunto livelli pari a circa tre volte la domanda annuale stimata.

Indicazioni per il vino: premium non significa semplicemente più caro

Le dinamiche del whisky si inseriscono in una trasformazione più ampia dei consumi di bevande alcoliche. In un'altra analisi pubblicata nell'agosto 2026, IWSR evidenzia come negli ultimi anni la crescita dei prezzi sia stata spesso scambiata per una reale premiumisation. Tra il 2022 e il 2025, infatti, l'inflazione globale ha superato sistematicamente l'incremento del prezzo medio al litro delle bevande alcoliche: nel 2025, rispettivamente +4% e +1%.

Il dato suggerisce che **l'aumento del valore di mercato non equivale automaticamente a una maggiore disponibilità dei consumatori a pagare per prodotti più qualificati**.

Il vino non è estraneo a questa dinamica. Nel 2025 i volumi globali della categoria premium-plus sono diminuiti del 2%, mentre il valore è rimasto stabile. Un risultato relativamente migliore rispetto ai prodotti standard, ma che non cancella la contrazione strutturale del comparto. Nella stessa analisi, IWSR individua proprio in Italia, insieme a Spagna, Francia e Australia, potenziali opportunità di crescita per i vini premium-plus, sostenute anche dall'orgoglio per le produzioni nazionali e dalla progressiva valorizzazione delle occasioni di consumo quotidiane.

Per le cantine italiane emerge quindi una riflessione strategica. **Non è sufficiente aumentare i prezzi, moltiplicare le edizioni limitate o utilizzare il posizionamento premium come semplice leva commerciale.** Occorre dimostrare perché un

vino meriti di costare di più, attraverso una qualità riconoscibile, un’identità territoriale credibile, una storia verificabile e un’esperienza capace di lasciare qualcosa al consumatore.

La sfida riguarda anche la capacità di intercettare nuovi pubblici, rendere il vino più accessibile a livello culturale, valorizzarne la versatilità gastronomica e costruire occasioni di consumo coerenti con abitudini che stanno cambiando.

La lezione del whisky è chiara: **il futuro del premium non si gioca soltanto sulla fascia di prezzo, ma sulla capacità di creare valore che il consumatore sia disposto a riconoscere e a scegliere.** Per il vino italiano, la forza della denominazione e della tradizione rappresenta un patrimonio importante, ma non può essere considerata una garanzia automatica.

Servono innovazione, ascolto dei mercati e una proposta capace di coniugare qualità, autenticità e accessibilità. Perché, in un mercato sempre più selettivo, non vince necessariamente chi vende il prodotto più costoso, ma chi riesce a rendere più convincente il motivo per cui vale la pena acquistarlo.

Punti chiave:

1. **Whisky mondiale in crescita:** nel 2025 i volumi aumentano dell’1% e il valore del 2%, ma con forti differenze tra categorie e mercati.
2. **Premiumisation polarizzata:** la crescita si concentra in specifiche fasce di prezzo, mentre mainstream e value incontrano maggiori difficoltà.
3. **India e Irlanda avanzano:** il whisky indiano cresce del 4% in volume e del 7% in valore; il whiskey irlandese registra rispettivamente +2% e +4%.

4. **I mercati storici rallentano:** Scotch (-2%), whiskey americano (-3%) e whisky giapponese (-3%) perdono volumi.
5. **La lezione per il vino italiano:** il posizionamento premium deve fondarsi su qualità, identità territoriale, autenticità e valore percepito, non soltanto su prezzi più elevati.