



## **EXPORT DI SPIRITS A 1,7 MILIARDI DI EURO. L'ITALIA TIENE MEGLIO DEI COMPETITOR (-5%) NONOSTANTE IL RALLENTAMENTO DEL COMMERCIO MONDIALE**

### **ASSODISTIL “PER CRESCERE SERVONO INNOVAZIONE, DIVERSIFICAZIONE E APERTURA VERSO NUOVI MERCATI”**

Roma, 16 giugno 2026 – Il mercato delle bevande spiritose sta attraversando una fase particolarmente complessa, caratterizzata da nuove tendenze di consumo, una domanda interna debole, tensioni geopolitiche e commerciali che continuano a generare incertezza sui mercati internazionali. In questo contesto, nonostante il rallentamento del commercio mondiale, le bevande spiritose italiane confermano una **forte vocazione internazionale con un export che nel 2025 ha raggiunto 1,7 miliardi di euro**, in crescita del **33,7% rispetto al 2019** ma con un calo del **-5% rispetto al 2024**. In uno scenario sempre più competitivo emerge la **necessità di puntare sulla diversificazione geografica dell'export e sull'innovazione dell'offerta**, intercettando le nuove tendenze di consumo e rafforzando la presenza nei mercati a maggiore potenziale di crescita. È quanto emerge dagli studi realizzati da **Nomisma** e dall'**Osservatorio Distillati di Format Research** presentati oggi in occasione dell'**80ª Assemblea Annuale di AssoDistil**.

Lo scenario economico mostra elementi di fragilità con una crescita contenuta dei consumi da parte delle famiglie italiane, fortemente condizionata dall'aumento delle spese obbligate e dai costi energetici. Sempre più consumatori, infatti, adottano comportamenti prudenti e selettivi, privilegiando acquisti consapevoli e orientati alla qualità. Nonostante questo, le **imprese del comparto mostrano una buona capacità di tenuta**: secondo l'Osservatorio Distillati di Format Research gli indicatori economici delle aziende del settore continuano infatti a collocarsi su livelli superiori alla media nazionale, confermando una sostanziale stabilità anche nelle prospettive per il 2026.

### **IN ITALIA PROSEGUE IL CALO DEI CONSUMI DI SPIRITS (-10%), MA CAMBIANO LE MODALITÀ DI CONSUMO**

Nel 2025 il consumo di Spirits in Italia si è attestato a circa 125 milioni di litri, registrando una **flessione del 10% rispetto al 2019**. I liquori sono la categoria più importante del mercato nazionale con il **52% dei consumi complessivi**, seguiti da rum (11%), grappa (10%), vodka (8%) e gin (7%).

Ma la riduzione dei volumi non significa però un venir meno dell'interesse verso il comparto. Gli italiani continuano a consumare Spirits, ma in modo diverso rispetto al passato, si consolida il

paradigma del **“better, not more”**: il 52% dichiara di uscire meno per pranzi e cene fuori casa ma, quando lo fa, sceglie esperienze di maggiore qualità.

Parallelamente si rafforzano alcune tendenze che stanno trasformando il mercato: **cresce l’interesse per la mixology**, sia nei locali sia tra le mura domestiche: l’80% dei consumatori che frequenta i locali preferisce consumare spirits in modalità miscelata, quota che si attesta al 52% anche nel consumo domestico. Continua inoltre l’espansione dei **Ready To Drink** a base spiritosa, che nel 2025 hanno raggiunto **22,4 milioni di litri consumati**, registrando una **crescita del 52% rispetto al 2019**. Si affermano inoltre nuove sensibilità verso il benessere e la moderazione: il **15% degli italiani** si dichiara interessato a consumare o provare Spirits low alcohol, segnale di un mercato in continua evoluzione.

### **EXPORT: RALLENTA IL COMMERCIO MONDIALE, MA L’ITALIA TIENE MEGLIO DEI PRINCIPALI COMPETITOR (-5%). A TRAINARE LA DIVERSIFICAZIONE DEI MERCATI**

Anche sul fronte internazionale il 2025 ha rappresentato un anno di rallentamento. Dopo anni di crescita sostenuta, il commercio mondiale di Spirits ha registrato una contrazione che ha coinvolto gran parte dei principali Paesi esportatori. In questo scenario **l’Italia** ha mostrato una **maggiore capacità di tenuta** rispetto ai principali competitor internazionali: a fronte del **-5% registrato dal nostro Paese**, Francia (-11%), Stati Uniti (-11%) e Messico (-17%) hanno subito contrazioni significativamente più marcate.

Restano forti però i motivi di preoccupazione legati all’evoluzione delle politiche commerciali internazionali e alle tensioni geopolitiche per questo assume un’importanza strategica crescente la diversificazione geografica dell’export. Se nel 2019 i primi tre mercati di destinazione rappresentavano il **43% del valore complessivo dell’export italiano di Spirits**, nel 2025 il peso degli altri mercati è salito al **60%**, segnale di una progressiva apertura verso nuove destinazioni.

Tra i Paesi che hanno registrato le migliori performance dal 2019 spiccano **Polonia (+227%), Croazia (+150%), Cina (+129%), Romania (+116%), Svezia (+111%), Irlanda (+107%) e Giappone (+100%)**, a conferma delle opportunità offerte dai mercati emergenti e ad alto potenziale di crescita. Particolare attenzione meritano inoltre le prospettive offerte dall’area Mercosur, un mercato che presenta ampi margini di sviluppo per le produzioni spiritose italiane.

La spinta verso **l’innovazione** e **l’internazionalizzazione** emerge con forza anche dalle **aspettative delle imprese**. Secondo Format Research, **oltre il 75% delle aziende guarda con fiducia ai prossimi cinque anni**. Il **32,2%** individua nei **nuovi prodotti** la principale direttrice di sviluppo, mentre il **30%** punta sull’apertura verso **nuovi mercati come condizione fondamentale** per agganciare un **nuovo ciclo espansivo**. Cresce inoltre l’attenzione verso digitalizzazione, automazione dei processi e sostenibilità, considerate leve sempre più importanti per rafforzare la competitività delle imprese nel medio-lungo periodo.

*“La fase che il settore sta attraversando richiede visione strategica e politiche capaci di sostenere la competitività delle nostre imprese. **Le bevande spiritose italiane rappresentano un patrimonio economico, produttivo e culturale** che continua a essere apprezzato nel mondo” – dichiara Antonio Emaldi, Presidente di AssoDistil. “I dati confermano che le aziende continuano a investire, innovare e guardare al futuro con fiducia, nonostante un contesto internazionale complesso. Oggi più che mai è necessario accompagnare il comparto nelle sfide poste dal cambiamento dei consumi, dalle nuove normative e dall’instabilità dei mercati internazionali. Al tempo stesso dobbiamo cogliere le opportunità offerte dall’innovazione di prodotto, dalla mixology, dalle proposte a basso contenuto alcolico e dall’apertura verso nuovi mercati esteri. Qualità, innovazione e valorizzazione delle nostre produzioni identitarie restano le leve fondamentali per sostenere la crescita del settore e rafforzare il ruolo del Made in Italy nel mondo” – conclude.*

*“L’analisi condotta da Nomisma evidenzia come la contrazione dei volumi sul mercato interno non coincide con un disinteresse dei consumatori, ma con una trasformazione dei modelli di consumo. Gli italiani non smettono di consumare bevande spiritose, ma cambiano il modo in cui lo fanno: si riducono le occasioni di uscita per via di un quadro macroeconomico complesso, ma si pretende una qualità decisamente superiore quando si frequentano bar e ristoranti, cresce l’interesse per i ready to drink e i NOLO e continua ad espandersi il fenomeno della mixology (anche fra le mura domestiche). Questa stessa evoluzione si riflette anche sul fronte internazionale: in un anno di generalizzato rallentamento per il commercio mondiale di spirits, l’export italiano si riduce solo del -5% a fronte di cali a doppia cifra di grandi competitor come la Francia, a conferma dell’eccellente reputazione delle produzioni Made in Italy. In tale scenario, **la chiave per il futuro risiede nella diversificazione geografica: il fatto che il peso dei top-3 mercati si sia ridotto nel corso degli ultimi anni dimostra come le aziende italiane stiano presidiando con successo nuovi mercati, dall’Europa dell’Est all’Asia”** dichiara Emanuele Di Faustino, Head of Industry & Retail di Nomisma.*

#### **Ufficio Stampa AssoDistil**

Edoardo Caprino – [e.caprino@bovindo.it](mailto:e.caprino@bovindo.it) – 339 5933457

Giulia Fabbri – [g.fabbri@bovindo.it](mailto:g.fabbri@bovindo.it) – 345 6156163

Diletta Maurizi – [d.maurizi@bovindo.it](mailto:d.maurizi@bovindo.it) – 328 4588746