Grappa, l'esperto Claudio Riva: più consumi fuori casa grazie a giovani e mixology

20240226131210grappalibarna-immagine-21427ade

La grappa che verrà sarà sempre più invecchiata, sempre più legata al territorio di provenienza e con un pubblico non fatto più di soli uomini. A mettere nero su bianco le tendenze del distillato è **Claudio Riva**, fondatore e presidente di Whisky Club Italia, che ha recentemente fornito un'analisi per **Grappa Libarna**, brand di Gruppo Montenegro.

A differenza di altri distillati, la grappa ha guadagnato il posto sulle tavole come simbolo del dopo-pasto e sta progressivamente ampliando la fascia dei suoi consumatori, per l'appunto **non più solo prevalentemente uomini**, e abbracciando anche le generazioni più giovani con nuove **formule adatte alla mixology**.

"Per la prima volta nella nostra storia sempre più persone si appassionano alla grappa e un numero maggiore di manifestazioni vedono protagonista il distillato - dice Riva -*. Anche se con qualche ritardo, la grappa si è guadagnata **un posto sul treno della premiumizzazione** che ha contraddistinto il mercato degli spirits da oltre un decennio. I consumatori cercano prodotti italiani di qualità e di prezzo superiore e la grappa è nella condizione di avere ancora tante carte da giocare".*

Dall'analisi di Riva sul rapporto AssoDistil di novembre 2023 è emersa una **realtà molto dinamica**: il consumo di grappa in Italia oggi coinvolge **il 30% della popolazione tra i 18 e i 65 anni**. Di questi il **46% preferisce gustarla fuori casa**, al **ristorante (30%) o nei locali (16%)** e assaporarla **in compagnia (88%)**, in particolare con **gli amici (49%)**.

Anche i dati sull'**export** sono **in crescita** e hanno evidenziato che la grappa è sempre più apprezzata fuori dai confini nazionali. Dal 2019 al 2022 le esportazioni sono cresciute del **+32%**, raggiungendo i **60 milioni di euro di valore**. Il mercato tedesco vale il 54% delle esportazioni complessive. Performance interessanti provengono anche dagli USA, con una crescita in valore rispetto al pre-

pandemia (2022 vs 2019) pari al + 39%, e dal Giappone che nello stesso periodo realizza un +40%.

“Le rivoluzioni più interessanti a cui abbiamo assistito all’interno del settore sono una ***crescente conoscenza del prodotto*** *e delle tecniche di degustazione, un* ***veloce abbassamento dell’età media del consumatore****, che dai 46 anni iniziali è sceso, post-pandemia, sotto i 30 e la* ***crescita della presenza femminile*** *che, dall’iniziale 8%, ha oggi superato il 25% di iscritti", conclude* Riva, specificando come ora i distillatori stiano offrendo sempre più grappe legate alla tradizione avviando **nuovi impianti, per la prima volta dopo oltre un secolo.**