Gli spirit investono in edizioni limitate per rafforzare il posizionamento premium

Le strategie dei brand spirits si orientano sempre più verso edizioni limitate e collaborazioni culturali per sostenere il posizionamento premium. Come riporta The Spirits Business diverse aziende stanno sviluppando progetti speciali legati a design, arte e grandi eventi con l'obiettivo di rafforzare il valore percepito del prodotto e differenziarsi in un mercato sempre più competitivo. Il ricorso a serie limitate e storytelling dedicati consente ai marchi di costruire narrazioni distintive capaci di generare interesse anche tra consumatori già esperti.

Il dato conferma come il valore del prodotto sia sempre più legato alla capacità di creare contenuto culturale oltre che qualità organolettica. Per i locali questo significa poter selezionare referenze con un contenuto identitario più forte, riducendo la competizione basata esclusivamente sul prezzo. La premiumizzazione continua quindi a rappresentare una leva strategica per sostenere marginalità e differenziazione, soprattutto nei contesti urbani ad alta competizione.