I mixer premium cercano una nuova identità oltre la semplice tonica artigianale

Il mercato dei mixer premium entra in una nuova fase di maturità. The Spirits Business analizza come i brand stiano ampliando l’offerta oltre le classiche toniche premium che avevano dominato la crescita del settore negli ultimi anni. Crescono fermentazioni, ingredienti botanici più complessi e prodotti pensati per dialogare non solo con gin e spirit premium, ma anche con il low alcohol e la mixology contemporanea. Dietro questa evoluzione si legge anche una certa stanchezza verso le toniche premium tutte uguali. Per anni bastava una tonica “craft” con bottiglia elegante per posizionarsi nella fascia alta del mercato. Oggi il cliente sembra chiedere qualcosa di più credibile e meno intercambiabile. Per i cocktail bar questo può aprire opportunità sulla costruzione di signature drink più distintivi, ma anche aumentare la complessità gestionale di magazzino e rotazione. Non tutti i locali hanno bisogno di dieci mixerdiversi in bottigliera. Probabilmente il segmento entrerà in una fase più selettiva, dove sopravvivranno soprattutto i prodotti capaci di avere una funzione reale nella drink list e non soltanto un’estetica premium.