Il whisky scozzese scopre il turismo: distillerie e visite valgono miliardi

Il whisky non si vende soltanto in bottiglia. Drinks International analizza il peso crescente del turismo legato alle distillerie scozzesi, che attira ogni anno milioni di visitatori. Da Glenfiddich a Macallan, passando per le nuove esperienze immersive e i centri visitatori, il settore sta trasformando i luoghi di produzione in vere destinazioni. Il fenomeno contribuisce a generare un indotto economico significativo e rappresenta uno dei pilastri della strategia di valorizzazione dello Scotch. Dietro il successo c'è una lezione che va oltre il whisky. Le distillerie scozzesi hanno compreso che il prodotto da solo non basta più e che l'esperienza può diventare una fonte di reddito autonoma. È la stessa logica che spinge cantine, torrefazioni e birrifici ad aprire spazi dedicati ai visitatori. Il turismo esperienziale non sostituisce le vendite tradizionali, ma rafforza il valore del marchio e costruisce un legame emotivo difficilmente replicabile altrove. In fondo la bottiglia più memorabile non è sempre quella più costosa, ma quella associata a un ricordo. E il fuori casa ha ancora un vantaggio che l'e-commerce non può copiare: trasformare un prodotto in una storia da vivere.