Perché il settore sta puntando tutto sugli RTD

I numeri IWSR raccontati da **Drinks International** parlano chiaro: dal 2016 gli spirit sono scesi di circa il 6%, la birra del 10%, il vino del 17%. Gli RTD, nello stesso periodo, sono cresciuti del 76%, arrivando nel 2025 a un miliardo di casse da nove litri e al 13% del volume totale di bevande alcoliche negli Stati Uniti, contro il 6% del 2019. Il caso più clamoroso è Buzzballz, nato come progetto universitario dell'insegnante texana Merilee Kick nel 2009, acquisito da Sazerac nel 2024 per circa mezzo miliardo di dollari e cresciuto nel Regno Unito, secondo NIQ, del 952% a volume e dell'827% a valore nell'anno fino ad aprile 2026. Il marchio ha costruito virilità social attraverso format come una mockumentary con il comico Blake Anderson e una bottiglia a forma di pallone da basket da 17 porzioni, ma è finito anche sotto la lente del Portman Group per una vending machine londinese che distribuiva campioni RTD insieme a peluche stile Labubu e premi in denaro, giudicata troppo attraente per i minori. Diageo scommette apertamente sulla categoria: l'amministratore delegato Dave Lewis punta sui cocktail in lattina per riportare il gruppo alla crescita, mentre la chief strategy officer Hannah Brooks racconta che i consumatori, pur tagliando altre spese, cercano formati più piccoli ed economici pur di restare fedeli ai marchi che amano. Resta un dubbio di fondo: gli hard seltzer erano cresciuti del 130% nel 2020 salvo poi contrarsi rapidamente. Secondo Zach Poelma di Southern Glazer's, gli RTD a base cocktail poggiano su basi più solide, con una gamma di gusti e occasioni di consumo più ampia. Se abbia ragione, lo dirà il tempo.