Whisky, finita la sbornia delle edizioni limitate. Ma gli appassionati non mollano

Si vende meno whisky, le distillerie si ritrovano con i magazzini pieni e i prezzi delle botti cominciano a scendere. Eppure le degustazioni continuano a registrare il tutto esaurito. È la contraddizione che emerge dall'analisi del **Sole 24 Ore.** Nel 2025 le esportazioni di Scotch whisky sono diminuite dell'1,8% in valore, fermandosi a 5,3 miliardi di sterline, e del 4,3% in volume, secondo la Scotch Whisky Association. Nel frattempo, le scorte scozzesi sono cresciute da meno di 400 milioni a 1,4 miliardi di litri nell'arco di dieci anni, secondo Commercial Spirits Intelligence. Per capire come si sia arrivati a questo punto bisogna tornare al boom successivo alla pandemia. Andrea Giannone, organizzatore del Milano Whisky Festival, ricorda che alla fine del 2022 il suo e-commerce WhiskyShop aveva più che decuplicato i volumi rispetto al 2019. Le distillerie moltiplicavano le edizioni speciali, nascevano nuovi imbottigliatori indipendenti e i prezzi sembravano non rappresentare un ostacolo. Poi il mercato ha presentato il conto. Jacopo Grosser di Fine Spirits parla di saturazione: troppi operatori, troppi imbottigliamenti e un'offerta continua di novità che ha finito per stancare gli appassionati. Davide Terziotti di Whisky Club Italia aggiunge un altro elemento, la perdita di potere d'acquisto, aggravata da una premiumizzazione che ha interessato anche prodotti non necessariamente all'altezza del posizionamento di prezzo. Non è però un ritorno alla casella di partenza. Lo stesso Giannone sottolinea che le vendite del suo e-commerce restano superiori a quelle del 2019, così come i prezzi registrati alle aste nel 2026. E gli eventi continuano ad attirare pubblico. La distinzione è tra interesse e disponibilità a spendere a qualsiasi prezzo. Dopo anni in cui l'eccezionalità sembrava poter essere dichiarata su ogni nuova etichetta, il mercato torna a chiedere che il valore di una bottiglia sia riconoscibile anche al di là della sua rarità. Grosser intravede persino un possibile beneficio per i consumatori: prezzi più accessibili e invecchiamenti più lunghi, come già accaduto tra gli anni Ottanta e Novanta.