Ian Somerhalder e il nuovo whiskey americano: meno status, più autenticità

Per anni il whiskey americano ha costruito il proprio immaginario attorno a potenza, heritage e collezionismo. Oggi però qualcosa sta cambiando. E a raccontarlo, in un'intervista a The SpiritsBusiness, è anche Ian Somerhalder, sempre più coinvolto nel mondo spirits attraverso il progetto whiskey sviluppato insieme a Paul Wesley. Secondo Somerhalder, il pubblico americano starebbe cercando prodotti più autentici, sostenibili e meno costruiti attorno alla pura ostentazione premium. È un passaggio culturale che si vede anche fuori dagli Stati Uniti. Il whiskey resta simbolo di qualità e ritualità, ma il linguaggio sta cambiando: meno bottiglie "da investimento", più attenzione alla filiera, all'origine agricola, alla trasparenza produttiva e alla bevibilità reale. In parallelo cambia anche il consumo. Cocktail più leggeri, approccio meno formale, contaminazione con occasioni lontane dal whiskey. Un'evoluzione che ricorda quanto già accaduto al gin e, in parte, al Tequila premium: categorie nate come simboli identitari forti che poi hanno dovuto imparare a diventare più accessibili culturalmente. Il tema di fondo è che oggi il lusso nel beverage non sembra più coincidere automaticamente con distanza o complessità. Sempre più spesso il consumatore cerca prodotti premium che però sappiano ancora sembrare umani, raccontabili e quotidiani. Ed è probabilmente questa la trasformazione più interessante del whiskey contemporaneo: continuare a essere aspirazionale senza apparire costruito esclusivamente per collezionisti e intenditori.