# Drinks International: dominano i ‘rail gin’ ma crescono i brand dell’agave

20240124100236tanquehead-2ed1cd58

Il **Tanqueray** si riconferma il **brand più venduto nei cocktail bar**. Il dato emerge dall’annuale ranking contenuto nella pubblicazione Brands Report che, dal 2010, viene stilata dal magazine inglese **Drinks International** e che si ottiene interpellando i mixologist che lavorano in 100 selezionati locali serali, situati in 33 Paesi del mondo. Lo studio si costruisce chiedendo al panel in questione quale sia la marca de prodotto che prediligono e quale quella più venduta nel loro locale, constatando ancora una volta come le due cose non sempre coincidono.

Quando c’è da fare cassa, quindi, il distillato di ginepro principale di casa Diageo svetta in cima alle preferenze. In generale **il business del gin continua a godere di ottima salute**, dato che nella top ten generale dei prodotti altovendenti sono presenti altri tre brand legati a questa categoria di spirits, tutti inquadrati come ‘rail gin’ (prodotto con buon rapporto qualità prezzo), vale a dire **Hendrick’s** (6), **Beefeater** (8) e **Bombay Sapphire** (9).
Tornando a **Tanqueray**, che include anche la referenza Ten, la marca **bissa il successo dello scorso anno e mette a segno l’invidiabile primato di essere stato top seller per ben otto volte nelle ultime dieci edizioni**. Monkey 47 è, invece, il gin che i barman definiscono più trendy, così come lo è, per il segmento whisky, **Mitchell & Son**, che conferma come stia crescendo da parte dei professionisti del banco l’interesse per il segmento dei premium bourbon e rye whiskey made in Usa.

Attenzione poi a ciò che avviene nel settore tequila, dove si è messo in luce **Ocho**, prodotto espressione più pura dell’agave Blue Weber, che nasce dalla consolidata expertise di Carlos Camarena (uno dei più stimati maestros tequileros) e il barman Tomas Estes considerato tra i più importanti ambasciatori della cultura agave in Europa. Questo brand ha ottenuto **molti consensi dalla community di bartender**, per i quali l’attenzione al distillato profondamente legato a terroir e qualità è oramai imprescindibile.
Tequila che, in generale come confermato dal report di Drinks International, ha sempre in **Don Julio** il

suo marchio capostipite sia dal punto di vista delle vendite che delle preferenze generali espresse dai mixologist dei locali. Sulla tequila vale la pena soffermarsi, così come su mezcal e cachaça.

**CRESCE L'ATTESA PER IL TEQUILA, TRA PREMIUM BRAND E VOGLIA DI ESOTICO**

A ventilare il **ritorno in auge degli spirits messicani** sono le stime di mercato. Le previsioni che riguardano il tequila sono, infatti, particolarmente euforiche. Stando a uno studio firmato dalla società di ricerca Fortune Business Insight, **le vendite, entro il 2029, supereranno un fatturato di oltre 15 miliardi e mezzo di dollari** (contro i 10,4 miliardi riportati nel 2022). Una progressione galvanizzata dal forte interesse dei consumatori per i distillati premium, accompagnata da un desiderio di riassaporare fragranze e sapori esotici.

**MEZCAL, IL MERCATO COMINCIA A SEGMENTARSI**

Rimanendo in Messico e spostando lo sguardo verso il cugino mezcal, a guidare ancora una volta la classifica è **Del Maguey**, di proprietà di Pernod Ricard, che però conferma un andamento **in graduale calo**. Se nel 2019 infatti questo brand aveva generato nei locali i due terzi dei volumi della categoria, nel 2020 la percentuale era scesa al 44%, l'anno successivo al 38%, fino al 25% riportato in quest'ultimo studio.

Da segnalare, nelle preferenze dei bartender, il primo posto di **Siete Misterios**, a dimostrazione che questa marca fondata dai fratelli messicani Juan ed Eduardo Mestre, sia destinata a dare sempre più filo da torcere ai top player del mezcal. Mezcal che, a sua volta, è dato in crescita dalle prospettive degli analisti finanziari, che intravedono un mercato che, **nel 2030**, raddoppierà il suo valore, generando un **giro di affari che varrà oltre 2 miliardi di dollari**, come sostenuto sempre da Fortune Business Insight.

**CACHAÇA, POCHI BRAND NOTI SUL MERCATO E UNA DONNA CHE FA TENDENZA**

La rivista inglese richiama l'attenzione anche sulla **cachaça**. L'aguardiente brasiliana ottenuta dalla distillazione del succo di canna da zucchero rimane ancora **fortemente relegata a un consumo di nicchia**, principalmente concentrato nel suo Paese di origine e per lo più utilizzata quasi esclusivamente nella preparazione del cocktail più noto, ovvero la Caipirinha.

Uno **scenario ristretto** che **non favorisce lo sviluppo** su ampia scala **di una pluralità di marchi.** Eppure, per il report si tratta solo della punta dell'iceberg, destinata prima o poi ad emergere. La categoria, secondo le confessioni dei bartender, è dominata a livello di vendita da due brand, ossia **Leblon** seguito da **Cachaça 51**, che però perdono entrambe una posizione quando i mixologist devono indicare il marchio attualmente più di tendenza. In questo caso, **al primo posto del ranking** si

piazza **Avuà**, prodotto che esce dagli alambicchi di una piccola distilleria artigianale capitanata da una master distiller donna (caso molto raro per una categoria tradizionalmente in mano a esperti distillatori uomini, ndr), ovvero Katia Espirito Santo.