

Spirits: fusioni globali, partnership e crescita del no-low alcohol

2026-04-29 14:16:49 di Federico Silvio Bellanca

URL:<https://forbes.it/2026/04/29/spirits-fusioni-globali-partnership-e-crescita-del-no-low-alcohol/>

Nel mercato degli spirits si sta osservando una fase in cui operazioni societarie, partnership industriali e nuovi veicoli imprenditoriali si moltiplicano in segmenti diversi, dal consolidamento tra grandi gruppi fino ai ready-to-drink e al no-low alcohol. Letti insieme, questi movimenti restituiscono l'immagine di un **settore in trasformazione**, in cui cambiano dimensioni, categorie presidiate e modelli di crescita.

A livello internazionale, le discussioni tra **Pernod Ricard e Brown-Forman**, emerse con comunicati separati del 26 marzo, hanno riportato al centro il tema delle grandi combinazioni industriali. Secondo fonti autorevoli, l'operazione ipotizzata avrebbe la forma di una fusione tra pari e porterebbe a un gruppo con ricavi vicini ai 15 miliardi di euro, avvicinandosi alle dimensioni di Diageo. Tra gli elementi richiamati negli articoli vi sono le possibili complementarità geografiche, con il peso dei brand americani di Brown-Forman e la rete distributiva internazionale di Pernod Ricard, oltre alla complessità di un'operazione che coinvolge due gruppi ancora legati alle rispettive famiglie fondatrici. A questo scenario si è aggiunto però l'interesse di **Sazerac Company**, che ha introdotto un secondo possibile esito per Brown-Forman. L'ipotesi è duplice, una combinazione con Pernod Ricard, dall'altra uno scenario in cui Brown-Forman verrebbe acquisita da Sazerac, con implicazioni differenti sul mercato americano del whiskey. Nello stesso quadro rientrano anche la reazione dei mercati finanziari, con il rialzo del titolo Brown-Forman, e il riferimento al peso che potrebbero avere valutazioni antitrust in caso di concentrazione. Più che un episodio isolato, il caso mostra come il tema del riassetto industriale sia tornato a essere centrale anche nel mondo spirits. In Italia, su scala diversa, tre operazioni recenti mostrano movimenti significativi in tre aree differenti del mercato.

1. Mixum e Campari Group

Mixum, azienda milanese nata nel 2022 e attiva nel settore del ready-to-drink, ha avviato una collaborazione con Campari per la produzione di una nuova linea di cocktail in fusto. Il nuovo portafoglio includerà, tra le referenze annunciate, prodotti realizzati con Bulldog Gin e Skyy Vodka, marchi del gruppo Campari. L'operazione si inserisce, secondo quanto comunicato dall'azienda, in una fase di investimenti in ricerca, sviluppo e innovazione. Il ceo Massimiliano Zanetti ha collegato questa fase all'obiettivo di migliorare la qualità del prodotto e ampliare l'offerta con referenze già riconosciute dai consumatori. Il dato rilevante, sul piano industriale, è che la crescita di Mixum viene accompagnata da una nuova partnership con un grande gruppo, dopo precedenti collaborazioni con brand internazionali. L'accordo aggiunge così un nuovo tassello al percorso di espansione dell'azienda nel segmento ready-to-drink.

2. I'msorry e Luxardo

Su scala locale il trend è confermato anche da un'operazione analoga nel Nord Est, che vede coinvolta una storica distilleria: la seconda operazione riguarda infatti la collaborazione tra I'msorry, brand di cocktail ready-to-drink in fusto nato nel 2023, e Luxardo. La partnership è stata presentata in occasione di un evento organizzato il 21 aprile a Breganze. La collaborazione riguarda in particolare due prodotti: uno Spritz con Aperitivo Luxardo e un Gin & Tonic con London Dry Gin Luxardo. Nel progetto restano inoltre presenti anche altre referenze della gamma I'msorry, tra cui Gin & Lemon, Moscow Mule, Paloma e Americano. Il

progetto comprende anche un ampliamento della gamma, con la Premium Dry Tonic da 150 ml e l'Americano in bottiglia da 1 litro, pensati per canali di utilizzo differenti. Il sistema in fusto è sempre più apprezzato in eventi come beach club, festival, matrimoni e situazioni in cui rapidità e continuità di servizio sono elementi centrali.

3. Liquid Ventures

La terza operazione invece riguarda la nascita di Liquid Ventures, presentata come il primo venture builder europeo dedicato allo sviluppo di aziende e brand nel segmento No & Low Alcohol. La società è fondata da Paolo Dalla Mora, Luca Gargano e Bob Kunze-Concewitz, con headquarters nelle Langhe e uffici operativi a Milano. Secondo il piano industriale riportato nel materiale fornito, il progetto prevede il lancio di brand proprietari nel mercato no-low, un'espansione progressiva sui mercati internazionali, il consolidamento in Europa entro i primi 18 mesi, lo sviluppo di nuove linee di prodotto e la creazione di Liquid Insight Lab come osservatorio dedicato ai trend del beverage. Le aree di interesse spaziano tra energy drink, bevande funzionali a base di nootropi e adattogeni, proxy wines e categorie legate alle tendenze emergenti tra Millennials e Gen Z. Tra i partner figura anche Nana Bianca, partner per la componente tecnologica e digitale del progetto. Secondo i dati, il comparto no-low alcohol è in crescita a livello globale e Liquid Ventures colloca la propria nascita dentro questo scenario, definendo un progetto costruito come piattaforma di creazione, sviluppo e investimento nel settore.

4. Bitter Fusetti a Molinari

È di queste ore la notizia dell'ingresso di Bitter Fusetti nel portafoglio di Molinari, operazione che segna un nuovo passaggio nel percorso di crescita del marchio fondato nel 2020 da Flavio Angiolillo insieme a Mattia Vita. Nato all'interno del circuito dei bartender e affermatosi in pochi anni come prodotto riconoscibile nel segmento dei bitter, Fusetti entra ora in una struttura distributiva più ampia, con l'obiettivo di rafforzarne la presenza sui mercati internazionali. L'accordo prevede la continuità della guida creativa da parte dei fondatori, che resteranno coinvolti nello sviluppo del brand. Per Molinari, l'operazione si inserisce in una strategia di ampliamento del portafoglio, con l'ingresso in una categoria chiave come quella dell'aperitivo italiano. L'integrazione di Fusetti consente all'azienda di presidiare un segmento in crescita attraverso un marchio già posizionato e riconosciuto nel settore. L'intesa unisce quindi un brand giovane, costruito su una forte identità, e una realtà industriale con una rete consolidata, aprendo una nuova fase per la diffusione del prodotto fuori dall'Italia.