vinetur

Les ventes de cocktails préparés aux États-Unis ont progressé de 4,1 % sur les quatre dernières semaines

NielsenIQ indique que les cocktails préparés restent le principal moteur de croissance des boissons alcoolisées, portés par la hausse de 22,2 % des produits prêts à boire à base de spiritueux

mercredi 18 novembre 2026



Les cocktails préparés ont poursuivi leur croissance aux États-Unis au cours des quatre semaines closes le 7 novembre. Selon le rapport Full View de novembre 2026 de NielsenIQ, les consommateurs ont continué d'acheter des produits prêts à boire et prêts à servir après le rebond lié à Halloween.

NIQ indique que les ventes en valeur de la catégorie des cocktails préparés ont progressé de 4,1 % sur un an au cours des quatre dernières semaines. Après avoir été sous pression, les volumes sont repartis légèrement à la hausse, gagnant 0,1 %. Le cabinet d'études estime que la demande est restée favorable, même si la croissance a quelque peu ralenti par rapport à la période précédente, après le surcroît de ventes lié à Halloween.

La première semaine de novembre a généré 260,0 millions de dollars de ventes dans la catégorie, soit 13,7 % de moins que la semaine précédente, selon le rapport. Malgré ce recul en début de mois, NIQ a décrit les cocktails préparés comme la principale source de croissance des boissons alcoolisées à l'approche de la période des fêtes.

La croissance n'a pas été uniforme dans l'ensemble de la catégorie. Les produits prêts à boire à base de spiritueux sont restés le segment le plus dynamique, avec une hausse de 22,2 % des ventes en valeur et de 25,4 % des volumes. Les cocktails à base de vin ont également progressé, de 6,8 % en valeur et de 5,1 % en volume. À l'inverse, les boissons aromatisées à base de malt et les seltzers ont continué de reculer, mais à un rythme moins marqué que lors des périodes précédentes : les ventes en valeur ont baissé de 3,3 % et les volumes de 5,7 %.

Cette tendance laisse penser que les consommateurs continuent de se tourner vers des produits misant sur la praticité et les occasions de consommation associées aux cocktails, en particulier dans les formats à base de spiritueux. NIQ indique que la croissance reste concentrée dans les produits prêts à boire plutôt que dans l'ensemble de la catégorie des cocktails préparés.

Parmi les fabricants, Mark Anthony Brands est resté le premier vendeur en valeur au cours des quatre dernières semaines. Ses ventes en valeur ont progressé de 1,6 %, même si NIQ fait état d'un recul de 46 700 caisses vendues. Boston Beer arrive en deuxième position en valeur, avec un recul de 2,0 % des ventes et de 272 800 caisses.

Anheuser-Busch Inc. se classe troisième, avec une hausse de 5,9 % des ventes en valeur et de 45 600 caisses. Sazerac suit, avec une croissance de 5,9 % en valeur et 43 400 caisses supplémentaires. Gallo occupe la cinquième place, avec une hausse de 0,1 % des ventes en valeur et un recul de 13 800 caisses.

En termes de croissance, Stateside Brands a enregistré la plus forte progression des ventes en valeur parmi les fabricants. Selon NIQ, celles-ci ont bondi de 116,5 % et les ventes en caisses ont augmenté de 441 600. Anheuser-Busch et Sazerac suivent, avec une croissance de 5,9 % en valeur chacun. Mark Anthony Brands arrive quatrième selon ce critère, et Moet Hennessy USA cinquième ; NIQ fait état pour cette dernière d'une hausse de 5 600 caisses, sans fournir de chiffre comparable pour la croissance en valeur.

À l'échelle des marques, White Claw est restée en tête des ventes en valeur. Selon NIQ, ses ventes en valeur ont progressé de 3,0 % et les ventes en caisses de 27 300. Twisted Tea a conservé la deuxième place malgré un recul de 7,6 % des ventes en valeur et de 245 200 caisses. BuzzBallz se classe troisième, avec une hausse de 6,4 % des ventes en valeur et de 32 800 caisses. Cutwater Cocktail arrive quatrième, en progression de 12,1 % en valeur et de 73 800 caisses. Smirnoff occupe la cinquième place, avec une hausse de 6,3 % des ventes en valeur et de 57 400 caisses.

Selon NIQ, Surfside Cocktail arrive en tête des marques affichant la plus forte croissance en valeur, avec une progression de 64,1 % et 240 300 caisses supplémentaires. Super Lyte Cocktail se classe deuxième, avec une hausse de 201 100 caisses, même si NIQ n'a pas fourni de chiffre comparable pour la croissance en valeur. Sun Cruiser Cocktail occupe la troisième place, avec une hausse de 66,5 % des ventes en valeur et de 144 200 caisses. Cutwater Cocktail et White Claw figurent également parmi les cinq marques ayant le plus progressé en valeur.

Le rapport de NIQ porte sur les cocktails préparés vendus dans les circuits de distribution au détail aux États-Unis. Il inclut les produits prêts à boire et prêts à servir à base de spiritueux, les cocktails à base de vin, les boissons aromatisées à base de malt et les seltzers. Les derniers chiffres montrent que la catégorie poursuit son expansion, mais que son dynamisme est surtout porté par les produits à base de spiritueux, tandis que les produits à base de malt et les seltzers continuent de perdre du terrain.