vinetur

I cocktail RTD a base di distillati aggiungono oltre 10 milioni di casse negli Stati Uniti nel 2025

Surfside è balzato del 124% diventando il secondo marchio del Paese, mentre i noti vodka tea, seltzer e cocktail classici hanno trainato la domanda

giovedì 11 giugno 2026



I cocktail ready-to-drink a base di distillati hanno aggiunto oltre 10 milioni di casse negli Stati Uniti nel 2025, portando la categoria a quasi 80 milioni di casse, secondo nuovi dati di Impact Databank riportati da The Drinks Business. I guadagni mostrano che gli RTD stanno entrando sempre più nel mainstream del mercato alcolico americano, con una crescita trainata meno da aromi novità che da bevande semplici e familiari come vodka e tè freddo, combinazioni di distillati e seltzer e versioni confezionate di cocktail classici.

I numeri suggeriscono che i consumatori considerano questi prodotti meno come una tendenza di breve periodo e più come una parte regolare del modo in cui acquistano e consumano distillati. Questo cambiamento conta in tutto il settore delle bevande perché una domanda più forte di RTD a base di distillati può rimodellare mix di prodotto, margini e strategia commerciale per fornitori, distributori e retailer nel più grande mercato alcolico del Paese. Potrebbe inoltre intensificare la competizione per lo spazio sugli scaffali con birra, vino e altre bevande orientate alla praticità.

Il mercato resta fortemente concentrato. I 32 principali marchi di RTD a base di distillati hanno rappresentato 74 milioni di casse, pari al 93% della categoria, mentre 11 marchi hanno venduto ciascuno più di 1 milione di casse. Insieme, questi 11 marchi hanno totalizzato oltre 64 milioni di casse, pari a circa l’80% del volume complessivo negli Stati Uniti.

High Noon, controllato da Gallo, è rimasto il marchio leader con 24,1 milioni di casse vendute. Tuttavia, il suo volume è sceso del 3% lo scorso anno, a dimostrazione che la leadership nel segmento non garantisce una crescita continua mentre sempre più marchi competono per i consumatori alla ricerca di cocktail in lattina facili da bere e proposte in stile hard seltzer con distillati.

Una delle performance più forti è arrivata da Surfside, di proprietà di Stateside Brands. Le sue bevande vodka e tè freddo sono aumentate del 124% nel 2025 fino a 10,5 milioni di casse, rendendolo il secondo marchio RTD a base di distillati del Paese. L’ascesa del brand è stata particolarmente rapida: è passato da meno di 1.000 casse nel 2021 a una delle etichette più importanti nel beverage alcohol in appena pochi anni.

Cutwater, controllato da Anheuser-Busch, ha aumentato le vendite del 61% a 6,5 milioni di casse, classificandosi come terza etichetta RTD a base di distillati negli Stati Uniti. Anheuser-Busch ha registrato incrementi anche con Nütrl, il suo marchio vodka and soda, salito del 17,5% a 3,2 milioni di casse.

Carbliss è stato un altro grande protagonista della crescita. I suoi seltzer a base di vodka e Tequila sono saliti del 50% a 4,2 milioni di casse nonostante il marchio fosse distribuito solo in 22 stati. Questa performance indica spazio per un'ulteriore espansione se la distribuzione si allargherà.

Monaco di Molson Coors ha raggiunto 3,3 milioni di casse, in aumento del 6,5%, collocandosi tra i marchi in crescita più rilevanti del segmento. VMC RTD di Gallo, che ha trovato riscontro tra i consumatori ispanici, ha quasi raddoppiato le vendite nel 2025 arrivando a 1,37 milioni di casse.

Anche i cocktail confezionati in bottiglia hanno mostrato slancio. Le linee BuzzBallz di Sazerac sono salite del 50% a 2,6 milioni di casse mentre i consumatori continuavano ad acquistare cocktail monodose portatili a prezzi più bassi. Non tutti i prodotti affermati però sono avanzati. I Margaritas Jose Cuervo di Proximo sono scesi del 9,5% a 2,1 milioni di casse.

Un altro marchio da tenere d'occhio è On The Rocks bottled cocktails di Suntory Global Spirits. Le vendite sono aumentate del 21,5% lo scorso anno fino a 963.000 casse partendo da una base più piccola, segnalando un interesse ancora vivo per i cocktail pronti posizionati nella fascia premium che offrono serve riconoscibili senza richiedere miscelazione in casa o durante gli incontri.

Gli ultimi dati indicano una categoria plasmata dalla praticità e dalla familiarità più che dalla sperimentazione. I consumatori sembrano premiare i prodotti che replicano occasioni di consumo ben note in formati portatili: tè freddo con vodka, seltzer in lattina con distillati e Margarita pronti o altri cocktail classici. Per produttori e retailer, questo schema potrebbe influenzare la destinazione dei futuri investimenti, dalle estensioni di gamma ai formati del packaging fino all'architettura dei prezzi e alle priorità distributive mentre le aziende cercano di conquistare maggiore quota in una parte del mercato beverage statunitense in rapida crescita.