vinetur

La birra domina il consumo di alcol in tutta l’America Latina

I dati di mercato mostrano che la lager supera nettamente distillati, vino e RTD in volume, trainata da Brasile e Messico

giovedì 16 luglio 2026



In tutta l’America Latina nel 2026, la birra resta la bevanda che domina la vita quotidiana, gli scaffali della distribuzione e le occasioni sociali. Il vincitore più evidente è la pale lager industriale, venduta fredda, ampiamente distribuita e prezzata per l’acquisto abituale. I dati di mercato disponibili fino a metà 2026 mostrano che nessun’altra categoria alcolica si avvicina in termini di volume di bevanda finita nella

regione.

La scala è enorme. Kirin Holdings ha riportato che l'area che classifica come America Centrale e Meridionale ha consumato 37,647 miliardi di litri di birra nel 2024. Il Brasile ha rappresentato 15,304 miliardi di litri, il Messico 10,787 miliardi e la Colombia 2,634 miliardi. Insieme, questi tre mercati hanno rappresentato circa il 76% del volume di birra di quel blocco. Il Brasile si è classificato come terzo mercato mondiale della birra in quell'anno, il Messico quarto e la Colombia quattordicesima.

Questo predominio non significa che la birra sia l'unica bevanda che conta. Significa che è la più consumata per litri, frequenza e diffusione. In gran parte dell'America Latina, si adatta al clima, al livello di prezzo e alle modalità di acquisto dell'alcol. Viene venduta nei negozi di quartiere, nei supermercati, nei bar, nei chioschi sulla spiaggia e nei ristoranti. Funziona per le partite di calcio, i pasti in famiglia, le feste e gli incontri informali. I grandi birrifici hanno inoltre costruito solide reti del freddo e sistemi di bottiglie a rendere che le categorie più piccole non possono eguagliare.

Anche le stime regionali di Euromonitor indicano nella stessa direzione. La società ha descritto la birra come la principale categoria alcolica in America Latina sia per volume sia per valore, con un consumo medio di circa 57,4 litri pro capite nella regione nella sua base di rilevazione. Ha collocato il Messico a 78,5 litri pro capite e il Brasile a 69,1 litri, mentre la metodologia separata di Kirin ha indicato Messico a 83,4 litri, Brasile a 70,3 litri, Panama a 86,1 litri e Porto Rico a 61,8 litri nel 2024. I valori esatti variano a seconda della fonte, ma la classifica no: la birra guida con un ampio margine.

Il secondo grande universo è quello dei distillati, ma qui l'America Latina smette di apparire come un unico mercato e diventa una mappa di identità nazionali. Il Messico si distingue per tequila e mezcal. Il Brasile ha la cachaça. La Colombia ha l'aguardiente aromatizzato all'anice. Perù e Cile hanno il pisco. La Bolivia ha il singani. Gran parte dell'America Centrale e dei Caraibi ispanofoni ruota attorno al rum o ai distillati di canna, mentre l'Argentina ha un proprio segno distintivo insolito nel fernet mescolato con cola.

Queste bevande sono centrali per l’identità, i regali, il turismo e la cultura dei cocktail. Spesso hanno un peso simbolico maggiore di quanto suggerirebbe la loro quota sul volume totale di liquido. Nella maggior parte dei Paesi non superano la birra nei litri consumati come bevanda finita, ma contano molto in termini di valore per litro e nel modo in cui ciascun Paese si presenta ai visitatori e ai mercati di esportazione.

Il Messico offre uno degli esempi più chiari di questa divisione tra immagine e volume interno. La tequila è una delle bevande latinoamericane più note all’estero, eppure in patria la birra resta molto più grande in termini di litri consumati. Il Consejo Regulador del Tequila ha riferito che il Messico ha prodotto 495,8 milioni di litri di tequila nel 2024 ed esportato 400,3 milioni di litri, pari a circa l’80,7% della produzione annua. Questo mostra quanto la categoria sia diventata internazionale. Per contro, il consumo di birra in Messico ha raggiunto 10,787 miliardi di litri nello stesso anno secondo Kirin.

Il Brasile mostra una gerarchia simile con prodotti diversi. La birra resta al primo posto con un ampio margine, mentre la cachaça mantiene il suo ruolo di distillato simbolo del Paese e di grande categoria domestica a sé stante. Dati pubblici del Ministero dell’Agricoltura brasiliano hanno mostrato oltre 7.200 prodotti di cachaça registrati e 1.266 stabilimenti produttivi nel 2024. Questo conferisce alla cachaça sia scala industriale sia profondità artigianale, anche se nel volume totale resta nettamente dietro la birra.

In Colombia, la birra guida il mercato complessivo degli alcolici mentre l’aguardiente resta la categoria di distillato locale più forte in molte regioni e celebrazioni. In Perù e Cile, il pisco ha un forte significato gastronomico e prestigio nazionale, ma la birra rappresenta ancora la maggior parte del volume di bevande alcoliche vendute o prodotte secondo le misure disponibili. Nella Repubblica Dominicana e in altri mercati caraibici, il rum è spesso il distillato simbolo per le esportazioni e l’identità, ma la birra tende a dominare il volume del consumo quotidiano.

Il vino occupa un posto del tutto diverso. Rimane particolarmente importante nel Cono Sud, soprattutto in Argentina, Uruguay e Cile, dove la cultura del vino è radicata e plasma tradizioni gastronomiche, turismo e immagine nazionale. Anche lì, tuttavia, la birra spesso vende più litri del vino.

Il vino affronta anche un rallentamento strutturale che rispecchia le tendenze globali più ampie. L'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino ha affermato che il consumo mondiale di vino è sceso del 2,7% nel 2025 a 20,8 miliardi di litri. L'Argentina ha registrato il quinto calo annuale consecutivo, scendendo a circa 750 milioni di litri in termini di consumo apparente in quell'anno. In Argentina, il consumo pro capite di vino è sceso a un minimo storico di 15,7 litri nel 2025 secondo i dati citati dall'Istituto Nazionale di Vitivinicoltura.

L'Uruguay resta una delle culture del vino più forti della regione per abitudine e presenza a tavola, ma anche lì la birra ha superato il vino in volume. Nel 2024, l'Uruguay ha venduto circa 98,3 milioni di litri di birra contro 52,2 milioni di litri di vino domestico secondo rapporti pubblici basati su dati fiscali e di settore. Il Cile presenta un'altra versione dello stesso schema: il vino è cruciale per le esportazioni e la reputazione, ma la birra rappresenta una quota maggiore del volume domestico di alcol.

Se c'è una categoria che mostra slancio più che pura dimensione, sono le bevande RTD, cioè i prodotti ready-to-drink come cocktail in lattina, cooler e altre bevande alcoliche premiscelate. IWSR ha riferito che gli RTD sono stati l'unica grande categoria alcolica a crescere a livello globale nel 2025, con un aumento del 3% in volume. In Brasile sono cresciuti del 10% su base annua nella prima metà del 2025.

Il loro appeal è semplice: comodità, sapori riconoscibili, gradazione moderata e un prezzo unitario chiaro. Si adattano bene anche ai canali retail moderni, soprattutto ai convenience store e agli acquisti da portare a casa. Per i produttori, gli RTD offrono un modo per estendere marchi di birra o di distillati già affermati verso nuove occasioni senza chiedere ai consumatori di comprare bottiglie intere o di miscelare da soli le bevande.

Resta il fatto che gli RTD sono ancora molto più piccoli della birra nel complesso dell'America Latina. La loro importanza risiede meno nella scala attuale che in ciò che rivelano sulle abitudini in cambiamento: i consumatori bevono in modo più selettivo, sperimentano di più con formato e gusto e spesso cercano acquisti che richiedano un impegno minore.

Questo cambiamento conta perché l’America Latina non è immune alla più ampia correzione che sta interessando il consumo globale di alcol. IWSR ha affermato che i volumi totali di bevande alcoliche sono scesi del 2% nel mondo nel 2025, segnando un terzo calo annuale consecutivo. Ma l’andamento regionale è stato disomogeneo, non uniforme. Il volume di birra in Brasile è sceso del 4% nel 2025 secondo la lettura di IWSR, mentre il mercato della birra in Messico è cresciuto del 2% nella prima metà di quell’anno e il mercato totale degli alcolici in Colombia è aumentato dell’1%.

Il risultato non è una semplice storia di espansione o arretramento. È una storia di divergenza per Paese e per categoria. La birra resta fondamentale anche dove la crescita rallenta. I distillati restano culturalmente potenti anche dove non sono consumati più spesso in volume. Il vino mantiene il suo posizionamento più forte nei mercati meridionali, ma affronta modelli di domanda di lungo periodo più deboli rispetto al passato.

L’accessibilità economica è diventata una delle principali forze che modellano ciò che le persone acquistano in tutta la regione. La pressione inflazionistica e un potere d’acquisto delle famiglie più debole hanno favorito la lager standard, le promozioni multipack, le bottiglie a rendere e le vendite off-premise attraverso i piccoli negozi più che attraverso i soli bar o ristoranti. La premiumization non è scomparsa, ma è diventata selettiva: i consumatori possono ancora pagare di più per una tequila con indicazione di origine, un rum invecchiato o una lager importata, ma vogliono una ragione visibile per farlo.

Questo aiuta a spiegare perché possano coesistere più tendenze allo stesso tempo: la lager economica può mantenere volumi di massa mentre la birra premium-accessibile cresce nei segmenti urbani; la cachaça artigianale può guadagnare prestigio mentre i distillati di canna mainstream restano guidati dal prezzo; il vino spumante può attrarre i consumatori più giovani anche mentre il consumo totale di vino si indebolisce; i cocktail in lattina possono espandersi senza minacciare il primato della lager.

Un’altra tendenza contigua è la birra a bassa gradazione o analcolica, che sta crescendo rapidamente da una base ridotta ma non va confusa con la crescita del consumo di alcol in sé. Euromonitor ha previsto una crescita annua dell’11,1% per la

birra low- o no-alcohol in America Latina tra il 2023 e il 2028. Per i birrifici questo amplia le occasioni di consumo e protegge gli ecosistemi di marca; per l'analisi di mercato, quando i prodotti non contengono alcol, questa categoria va collocata accanto all'alcol e non al suo interno.

Anche la distribuzione aiuta a spiegare perché la lager resti così difficile da sostituire. I maggiori birrifici della regione controllano reti di refrigerazione, sistemi di imballaggi a rendere e fitte relazioni commerciali al dettaglio in Paesi tra cui Brasile, Messico, Colombia, Perù e Argentina attraverso gruppi come le affiliate di AB InBev, le attività di Heineken e CCU in parti del Cono Sud. Questa infrastruttura dà alla birra mainstream un vantaggio non solo rispetto ai birrifici artigianali, ma anche rispetto a molti produttori di vino e distillati che cercano di scalare a livello nazionale.

I piccoli negozi di quartiere restano decisivi in molti mercati perché vendono unità singole fredde, vicino a casa e a prezzi sostenibili. I supermercati contano di più per l'assortimento premium e per la fiducia nel retail formale, mentre bar e ristoranti restano importanti per cocktail, spesa turistica e occasioni a margine più elevato piuttosto che per il puro volume.

Ci sono anche limiti a ciò che i dati di vendita formali possono cogliere. Bevande fermentate tradizionali come il pulque in Messico o le bevande a base di chicha nei Paesi andini restano culturalmente rilevanti ma spesso sono sottostimate nei dataset commerciali se sono fatte in casa o vendute in modo informale. L'Organizzazione Panamericana della Sanità ha stimato che il 13,8% dell'alcol consumato nelle Americhe nel 2019 non fosse registrato, anche se quel dato riguarda l'emisfero più ampio e non solo l'America Latina.

Guardando al resto di questo decennio, la maggior parte delle previsioni suggerisce continuità al vertice con cambiamenti al di sotto. È probabile che la birra resti al primo posto con un ampio margine perché nessun'altra categoria eguaglia la sua combinazione di accessibilità di prezzo, adattamento al clima e forza distributiva in così tanti Paesi contemporaneamente. Gli RTD probabilmente continueranno a guadagnare quota da occasioni specifiche più che dall'intero mercato da un giorno all'altro. I distillati nazionali dovrebbero restare forti dove l'identità conta di più: distillati di agave

in Messico, cachaça in Brasile, aguardiente in Colombia, pisco in Perù e Cile, rum in gran parte dell'America Centrale e dei Caraibi.

Il vino probabilmente continuerà a spostarsi dai modelli più antichi di consumo quotidiano abituale verso acquisti meno frequenti ma più intenzionali, legati alla cultura gastronomica, al turismo o al posizionamento premium. Questo potrebbe sostenere il valore per alcuni produttori anche se il volume totale resta sotto pressione.

Allora, cosa beve oggi l'America Latina? Soprattutto birra lager: pale lager industriale servita fredda e venduta a prezzi accessibili attraverso quasi ogni canale immaginabile, da San Paolo a Città del Messico, da Bogotá a Lima fino a Santo Domingo. Dopo questa risposta regionale condivisa arriva una risposta molto più locale, modellata da distillati di canna, distillati di agave, brandy d'uva, bitter e tradizioni vinicole che differiscono nettamente da un Paese all'altro.

Il quadro generale per il 2026 è abbastanza chiaro nonostante le differenze tra le fonti: la lager domina i volumi; i distillati locali portano con sé gran parte dell'identità; il vino continua a definire parti del Sud; e gli RTD stanno diventando il principale motore di sperimentazione e crescita incrementale della regione.