vinetur

Gli spirits sopra i 50 dollari hanno registrato negli Stati Uniti un calo dei ricavi dell’8,9%.

SipSource ha rilevato una maggiore stabilità per il vino, con le bottiglie sopra i 50 dollari che hanno segnato una crescita dei ricavi dello 0,9% nell’arco di 12 mesi.

martedì 15 settembre 2026



Un nuovo rapporto di mercato di SipSource afferma che il business statunitense di vino e spirits non si sta più muovendo in un'unica direzione chiara, con il vino che mostra qualche miglioramento mentre gli spirits continuano a indebolirsi, soprattutto nelle fasce di prezzo più alte.

Il rapporto di luglio 2026, diffuso il 9 settembre a Washington, ha rilevato che il volume complessivo di vino e spirits negli Stati Uniti è sceso del 6,8% negli ultimi 12 mesi, mentre i ricavi sono calati del 6,1%. Nell'ultimo periodo di tre mesi, il volume è diminuito del 6,2% e i ricavi sono scesi anch'essi del 6,1%. Questi dati di sintesi indicano un mercato ancora sotto pressione, ma il rapporto ha affermato che il cambiamento più importante sta avvenendo sotto la superficie, dove le due categorie stanno iniziando a performare in modo diverso.

Gli spirits restano sotto la pressione più forte. SipSource ha detto che il volume degli spirits è calato del 5,7% nell'ultimo trimestre di tre mesi, mentre i ricavi sono diminuiti del 7,1%. Il dato è stato più debole rispetto a giugno e il calo dei ricavi ha superato quello dei volumi. Il rapporto ha affermato che questo divario segnala una pressione continua sulla premiumizzazione, un segnale che i consumatori si stanno ritraendo dalle bottiglie più costose e cercano un miglior rapporto qualità-prezzo.

La debolezza è stata diffusa su tutte le fasce di prezzo, ma è risultata più evidente nella parte alta del mercato. SipSource ha detto che ogni segmento di prezzo degli spirits è ora in calo di oltre il 5% nei ricavi. La fascia da 50 a 99,99 dollari ha registrato uno dei cali più forti, con ricavi in diminuzione del 9,5%. Nel complesso, gli spirits con prezzo superiore a 50 dollari hanno segnato un calo dei ricavi dell'8,9%. Quel andamento suggerisce che le componenti premium e super-premium della categoria, che negli ultimi anni erano state importanti motori di crescita, stiano ora affrontando un più forte arretramento dei consumatori.

Il vino, pur restando complessivamente in calo, sta mostrando un quadro più stabile. SipSource ha detto che il volume del vino è sceso del 6,8% nell'ultimo trimestre di tre mesi, ma ciò ha segnato un miglioramento rispetto a giugno di 110 punti base, ovvero 1,1 punti percentuali. I ricavi del vino sono diminuiti del 4,2%, un calo più contenuto rispetto agli spirits. Il rapporto ha detto che il vino a prezzo più alto sta tenendo meglio

degli spirits a prezzo più alto, con un miglioramento significativo della performance dei ricavi nelle fasce di prezzo da 16 dollari in su.

Nella fascia alta del mercato del vino, SipSource ha rilevato un piccolo aumento invece di un calo. Il vino con prezzo superiore a 50 dollari ha registrato una crescita dei ricavi dello 0,9% negli ultimi 12 mesi. Ciò non indica una ripresa generale del mercato, ma suggerisce che alcuni consumatori siano ancora disposti a spendere per il vino nei segmenti premium, anche se diventano più prudenti sugli spirits.

Il rapporto ha inoltre identificato diverse categorie di vino che crescono nonostante il più ampio rallentamento. I ricavi dello Champagne sono aumentati del 14,7% negli ultimi tre mesi, il Prosecco è salito del 10,2% e il Sauvignon Blanc è cresciuto del 3,2%. Questi guadagni indicano una domanda ancora solida per gli spumanti e per alcuni vitigni, anche se le vendite totali di vino restano sotto i livelli dell'anno precedente.

Un'altra area di forza relativa è stato il canale on-premise, che include bar e ristoranti. Considerando insieme vino e spirits, il volume on-premise è diminuito del 2,8% negli ultimi 12 mesi, a fronte di un calo del 7,5% nei canali off-premise come negozi di alcolici, supermercati e altri punti vendita al dettaglio. I dati suggeriscono che i consumatori stanno riducendo più nettamente gli acquisti per il consumo domestico rispetto a quelli effettuati quando cenano fuori o bevono lontano da casa.

La performance più solida dell'on-premise conta perché cambia dove fornitori e distributori potrebbero trovare una domanda più stabile. Un calo più contenuto in ristoranti e bar può aiutare a compensare in parte la debolezza del retail, anche se non basta a invertire del tutto le perdite complessive del mercato. Per produttori e grossisti, questa divaricazione offre anche un quadro più chiaro di dove il comportamento dei consumatori stia cambiando più rapidamente.

SipSource ha detto che la questione centrale per il resto dell'anno è se il divario tra le due categorie continuerà ad allargarsi. I produttori di spirits affrontano trend di ricavi più deboli e una pressione più forte nelle fasce di prezzo premium, mentre i fornitori di vino vedono un modesto miglioramento delle tendenze e un sostegno continuo per gli spumanti e le bottiglie a prezzo più alto.

Il rapporto descrive un mercato che, a livello generale, appare ancora debole ma sta diventando più disomogeneo per categoria e per prezzo. Negli spirits, i consumatori sembrano passare a prodotti più economici con maggiore aggressività, soprattutto sopra i 50 dollari. Nel vino, i cali restano significativi, ma alcuni segmenti premium e prodotti specifici come Champagne, Prosecco e Sauvignon Blanc stanno ancora segnando crescite, mentre bar e ristoranti continuano a performare meglio dei negozi al dettaglio.