vinetur

WSWA: il volume di vino e distillati è sceso del 6,7% in 12 mesi

L'associazione di categoria ha detto che i consumatori sono diventati più selettivi, rendendo le bottiglie sopra i 16 dollari più resilienti rispetto al mercato più ampio.

mercoledì 30 settembre 2026



La Wine & Spirits Wholesalers of America ha detto martedì che i dati di agosto di SipSource mostrano come un consumatore più selettivo stia rimodellando il mercato delle bevande alcoliche, con la domanda complessiva di vino e distillati ancora sotto pressione, anche se alcuni segmenti di vino a prezzo più alto tengono meglio.

Secondo WSWA, il volume complessivo di vino e distillati è sceso del 6,7% negli ultimi 12 mesi, mentre il fatturato è diminuito del 5,8% nello stesso periodo. I dati indicano un mercato in cui i consumatori continuano ad acquistare, ma lo fanno con maggiore cautela e con un focus più ristretto.

WSWA ha detto che il vino ha mostrato una resilienza maggiore del mercato più ampio nelle fasce di prezzo da 16 dollari in su. Ciò suggerisce che alcuni acquirenti continuano a spendere per bottiglie che ritengono valga la pena acquistare, anche se la domanda complessiva della categoria si indebolisce. I dati indicano che la pressione non si distribuisce in modo uniforme sul mercato e che il prezzo conta più che mai nel modo in cui i consumatori prendono le decisioni.

La lettura di agosto si aggiunge a un quadro di performance più debole nel comparto delle bevande alcoliche, con i ricavi in calo meno accentuato rispetto ai volumi. Questo divario può suggerire che prodotti con prezzi più alti, o assortimenti orientati verso articoli più costosi, stiano contribuendo ad attenuare le vendite anche mentre la domanda in unità scende. Nel vino, spicca la capacità delle bottiglie da 16 dollari o più di fare meglio del resto del mercato, in un momento in cui molti produttori e distributori stanno cercando di valutare fino a che punto i consumatori sceglieranno opzioni più economiche.

L'aggiornamento di WSWA segnala anche resilienza in alcuni canali, sebbene il trend generale resti negativo. Il messaggio del gruppo era che gli acquirenti stanno diventando più selettivi, invece di abbandonare del tutto la categoria. Per le aziende del settore beverage, questa distinzione può contare. Se i consumatori riducono i volumi ma continuano a reagire in determinate fasce di prezzo o in specifici contesti d'acquisto, produttori, importatori, grossisti e rivenditori potrebbero dover adeguare con maggiore precisione prezzi, promozioni e mix di prodotto.

Potrebbe essere particolarmente importante per il settore del vino. In un mercato più debole, il fatto che il vino tenga meglio nelle fasce da 16 dollari in su può orientare le decisioni su dove concentrare le scorte, come posizionare i brand e se difendere i prezzi in alcune parti del portafoglio diventando più aggressivi in altre. La stessa logica può incidere sulla strategia di scaffale, sulle collocazioni nella ristorazione e sulle priorità dei distributori, poiché la resilienza in specifici punti di prezzo può valere più di una domanda ampia ma debole.

I dati sottolineano anche una sfida per il mercato più ampio delle bevande alcoliche. Un calo del 6,7% nei volumi è una contrazione più profonda della flessione del 5,8% dei ricavi, il che suggerisce che vendere meno casse resti ancora il problema centrale. Questo può mettere sotto pressione fornitori e distributori che dipendono dalle economie di scala, soprattutto se i consumatori acquistano meno spesso o concentrano la spesa su un numero inferiore di marchi. Può anche favorire le aziende con posizioni più forti nelle fasce premium, dove la domanda appare più stabile.

WSWA ha diffuso i dati di SipSource di agosto tramite una pubblicazione pubblica. L'organizzazione ha presentato i risultati come prova del fatto che il comportamento dei consumatori sta cambiando in modi che probabilmente continueranno a influenzare i modelli di vendita nel vino e nei distillati. Pur mettendo in evidenza la relativa solidità del vino a 16 dollari e oltre, il quadro generale resta di contrazione, con volumi e ricavi entrambi inferiori su base mobile a 12 mesi.

Per le aziende beverage che cercano di capire come gestire la prossima fase della domanda, gli ultimi numeri offrono un segnale pratico: i consumi complessivi si stanno indebolendo, ma non tutti i segmenti si indeboliscono allo stesso modo. Un mercato così diviso può spingere le imprese a fare scelte più attente su prezzi e mix di portafoglio, in particolare nel vino, dove sacche di resilienza possono contribuire a compensare un contesto di vendita più difficile.