vinetur

I volumi retail della birra in Europa sono scesi del 3,1% nelle ultime quattro settimane

I dati UBS hanno mostrato che le bevande analcoliche gassate stanno perdendo slancio, mentre gli spirits restano la categoria più debole nei canali retail europei.

venerdì 2 ottobre 2026



I volumi di birra e di bevande analcoliche gassate in Europa hanno rallentato nelle ultime settimane dopo una fase iniziale più solida, mentre gli spirits hanno continuato a rimanere indietro, secondo l'analisi UBS dei dati Nielsen sul canale off-trade relativi alle quattro settimane chiuse il 6 settembre.

UBS ha detto che i volumi di birra sono scesi del 3,1% nell'ultimo periodo di quattro settimane, invertendo la crescita del 4,6% delle quattro settimane precedenti. Anche con questo rallentamento, i volumi di birra dall'inizio del terzo trimestre erano ancora in aumento dell'1%, rispetto a un calo dello 0,6% nel secondo trimestre.

Anche le bevande analcoliche gassate hanno perso ritmo. UBS ha detto che i volumi sono cresciuti dell'1,4% nelle ultime quattro settimane, in forte calo rispetto al 9,2% del precedente periodo di quattro settimane. I volumi dall'inizio del terzo trimestre restavano comunque in aumento del 5,1%, rispetto a una crescita dell'1,7% nel secondo trimestre.

Gli spirits sono rimasti la parte più debole del comparto. UBS ha detto che i volumi di spirits sono scesi del 4,9% nelle ultime quattro settimane, dopo un calo del 5,6% nel periodo precedente. Dall'inizio del terzo trimestre, gli spirits erano in calo del 5%, un ribasso più marcato del 3,5% registrato nel secondo trimestre.

I dati indicano un quadro più debole per il mercato europeo delle bevande off-trade dopo i segnali iniziali di tenuta. Per i produttori di birra e bevande analcoliche, ciò potrebbe significare un esame più attento delle previsioni sui volumi, del mix di prodotto e dei margini nei prossimi trimestri, se la debolezza della domanda retail persiste. Potrebbe anche influenzare il modo in cui gli investitori valutano le prospettive a breve termine dei gruppi del settore bevande di consumo con una forte esposizione ai canali europei di supermercati e negozi di prossimità.

Tra i produttori di birra, UBS ha detto che i volumi di Heineken sono scesi dello 0,9% nelle ultime quattro settimane, dopo una crescita del 7,8% nel periodo precedente. Anche così, i volumi di Heineken dall'inizio del terzo trimestre erano in crescita del 3,7%. I volumi di Carlsberg sono diminuiti dell'1,7%, rispetto a una crescita dell'1% nelle quattro settimane precedenti. Anheuser-Busch InBev ha registrato un calo dell'1,3%, dopo una crescita del 6,2% in precedenza.

Negli spirits, UBS ha detto che le vendite a valore di Diageo sono aumentate dello 0,4% nelle ultime quattro settimane, dopo un calo dell'1,6% nel periodo precedente. Le vendite di Pernod sono diminuite del 3,9%, in miglioramento rispetto al calo del 7,4% precedente. Le vendite di Campari sono salite dello 0,1%, mentre quelle di Remy sono aumentate del 2,6%.

I dati hanno mostrato anche trend più deboli in alcune categorie di bevande analcoliche e nei relativi imbottigliatori. UBS ha detto che i volumi di bevande analcoliche gassate di Coca-Cola Europacific Partners sono aumentati dell'1,8% nelle ultime quattro settimane, in calo rispetto all'8,4% del periodo precedente. La crescita delle energy drink dell'azienda è rallentata al 12% dal 20%. I volumi di bevande analcoliche gassate di CCH Italy sono aumentati del 7,7%, rispetto al 9,6% precedente, mentre i volumi di Carlsberg Britvic UK sono saliti del 9%, in calo rispetto all'11% delle quattro settimane precedenti.

La valutazione UBS si basava sui dati off-trade, che monitorano le vendite nei canali retail anziché in bar e ristoranti. Questo rende i numeri un indicatore attentamente osservato di come i consumatori spendono per le bevande confezionate a casa, soprattutto mentre i produttori si muovono in un contesto di domanda disomogenea per birra, bevande analcoliche e spirits in Europa.