vinetur

Il presidente dei grossisti di birra: servono regole più chiare con i confini tra categorie alcoliche sempre più sfumati

Alla convention dell’associazione a Orlando, Craig Purser ha invocato più collaborazione: le strategie «total beverage» stanno cambiando i modelli tradizionali.

mercoledì 14 ottobre 2026



Il presidente della National Beer Wholesalers Association ha dichiarato lunedì che il settore statunitense delle bevande alcoliche ha bisogno di maggiore chiarezza e collaborazione, mentre i confini tra birra, vino e superalcolici continuano a sfumare. Secondo quanto ha affermato, questo cambiamento sta trasformando modelli di business consolidati da tempo in tutto il comparto.

Intervenendo alla convention annuale della NBWA a Orlando, il presidente e amministratore delegato Craig Purser ha descritto l'attuale fase del settore delle bevande alcoliche come una sorta di «Freaky Friday», secondo quanto riportato da Brewbound. Purser ha richiamato la storia dello scambio di corpi per sostenere che le aziende stanno assumendo ruoli e operando in categorie che un tempo sembravano più nettamente definite, dando vita a un mercato in cui produttori, distributori e rivenditori agiscono sulla base di presupposti diversi rispetto al passato.

Purser ha affermato che il cambiamento si manifesta nell'abbandono o nella revisione di modelli operativi consolidati da tempo e nella crescente sovrapposizione tra birra, vino e superalcolici. Le sue parole riflettono un dibattito più ampio nel settore sulle strategie «total beverage», con cui fornitori e grossisti ampliano sempre più i propri portafogli a più categorie di bevande alcoliche, invece di concentrarsi su un unico segmento.

Questo cambiamento è diventato più rilevante per i grossisti di birra, perché i confini tradizionali che per decenni hanno definito il settore sono meno netti di un tempo. Con l'espansione dei fornitori verso categorie adiacenti e la ricerca di portafogli più ampi da parte dei distributori, cambia la mappa competitiva. Ciò può incidere sull'accesso al mercato, sul posizionamento dei prodotti e sulle aziende meglio attrezzate per rispondere all'evoluzione della domanda dei consumatori.

Le parole di Purser mettono in luce anche una questione di politica e regolamentazione. Negli Stati Uniti, la distribuzione di bevande alcoliche è stata a lungo organizzata in categorie distinte, con regole diverse e rapporti consolidati tra produttori, grossisti e rivenditori. Man mano che, nella pratica, queste categorie convergono, associazioni di settore e aziende chiedono con sempre maggiore insistenza regole più chiare e un migliore coordinamento, affinché le attività commerciali e la regolamentazione non

finiscano per divergere troppo.

Brewbound ha riferito che Purser ha inquadrato la questione in un contesto più ampio per il settore, descritto in vari modi, anche con espressioni come «confini tra categorie sfumati» e «far west delle bevande alcoliche». Con «Freaky Friday» ha aggiunto un'altra definizione a una tendenza che molte aziende del comparto cercano di gestire da diversi anni: il progressivo spostamento di marchi e distributori di bevande alcoliche oltre i confini dei rispettivi ambiti storici.

Per i birrifici e i distributori di birra, la posta in gioco è tanto pratica quanto strategica. In alcuni segmenti tradizionali il settore birrario ha registrato un rallentamento della crescita, mentre altre categorie alcoliche e prodotti ibridi si contendono spazio sugli scaffali, attenzione dei distributori e spesa dei consumatori. In questo contesto, ampliare il portafoglio può essere una mossa difensiva, una strategia di crescita o entrambe. Allo stesso tempo, può creare tensioni con sistemi normativi e accordi commerciali concepiti per categorie di prodotti più distinte.

La questione va oltre il settore della birra. Se le aziende di birra, vino e superalcolici continueranno a convergere nella composizione dei portafogli e nelle strategie di accesso al mercato, la concorrenza nell'intero comparto delle bevande potrebbe essere ridisegnata. I produttori potrebbero aver bisogno di nuovi rapporti di distribuzione, i grossisti potrebbero chiedere maggiore flessibilità e i rivenditori potrebbero rivedere l'assortimento e le modalità di esposizione dei prodotti. L'impatto non è uniforme su tutto il mercato, ma per il settore è diventato sempre più difficile ignorare questa tendenza.

L'appello di Purser alla chiarezza e alla collaborazione lascia intendere che i grossisti vogliano una transizione più ordinata, anziché un mercato in cui l'espansione delle categorie proceda più rapidamente delle regole che la disciplinano. Sebbene il resoconto di Brewbound si sia concentrato sul suo intervento, l'argomento riflette una preoccupazione più ampia all'interno del settore: l'innovazione commerciale avanza più rapidamente dei quadri normativi e operativi che sostengono la conformità, la distribuzione e la gestione delle categorie.

La NBWA rappresenta i distributori di birra, un anello della filiera che si colloca tra produttori e rivenditori nel sistema statunitense delle bevande alcoliche. Poiché i grossisti svolgono un ruolo centrale nel portare i prodotti sul mercato, la loro posizione ha un peso nel dibattito sull'evoluzione delle categorie di bevande alcoliche. Quando un'associazione di categoria che rappresenta questo anello afferma che il mercato sembra vivere un «Freaky Friday», segnala che la convergenza tra categorie non è più una tendenza marginale, ma un tratto distintivo del panorama attuale.

Nel suo intervento a Orlando, Purser non ha presentato la convergenza tra categorie come un fenomeno temporaneo, ma come una condizione destinata a perdurare, alla quale il settore deve adeguarsi. Per le aziende della birra e dell'intero comparto delle bevande alcoliche, questo significa operare in un mercato in cui le vecchie etichette esistono ancora, ma le attività che vi fanno capo sono sempre meno definite.