vinetur

Per Circana, le bevande sportive alcoliche potrebbero diventare un business da 500 milioni di dollari negli Stati Uniti nel 2027

La previsione riflette il crescente interesse dei distributori per le bevande in lattina a base di vodka che richiamano quelle sportive e si contendono spazio nei frigoriferi

martedì 20 ottobre 2026

Una nicchia del mercato delle bevande alcoliche pronte da bere potrebbe diventare un business da 500 milioni di dollari negli Stati Uniti il prossimo anno, secondo Circana, mentre le bevande in lattina a base di vodka ispirate a quelle sportive attirano sempre più l'attenzione di distributori e proprietari di marchi.

Lunedì Brewbound ha riferito che Scott Scanlon, vicepresidente esecutivo di Circana per il settore delle bevande alcoliche, prevede che il segmento «vodka + ade», definito anche bevande sportive alcoliche, raggiunga vendite fino a 500 milioni di dollari nel 2027. La previsione è arrivata dopo la convention annuale della National Beer Wholesalers Association, tenutasi la scorsa settimana a Orlando, in Florida, dove Scanlon ha detto che i prodotti erano così visibili durante l'evento da indurlo a preparare un rapporto ad hoc sul loro potenziale.

Il nome della categoria si riferisce a bevande a base di vodka associate al profilo aromatico e agli elementi di branding delle bevande in stile «ade», un formato familiare ai consumatori grazie agli scaffali delle bevande sportive. In versione alcolica, questi prodotti rientrano nel più ampio mercato delle bevande pronte da bere, diventato

un’area importante per produttori e grossisti, mentre i consumatori alternano birra, superalcolici e bevande confezionate pensate per il consumo pratico.

La previsione di Circana, secondo quanto riportato da Brewbound, indica che un segmento finora relativamente ristretto potrebbe acquisire una rilevanza commerciale più ampia. La cifra è degna di nota non solo per le dimensioni prospettate per una categoria ancora agli inizi, ma anche perché suggerisce che i distributori prestano molta attenzione a prodotti in grado di creare nuove occasioni di consumo di alcol e di aumentare la concorrenza sugli scaffali dei negozi.

La questione riguarda l’intero settore delle bevande. Se i prodotti «vodka + ade» continueranno a espandersi, potrebbero aprire un’ulteriore strada alla crescita nel comparto delle bevande alcoliche pronte da bere, in un momento in cui birrifici, aziende di spirits e grossisti cercano categorie capaci di attirare clienti oltre i consumatori tradizionali di birra e superalcolici venduti in bottiglia. Il segmento potrebbe inoltre intensificare la concorrenza per lo spazio nei frigoriferi, gli investimenti di marketing e l’attenzione dei distributori, soprattutto nei canali retail in cui bevande al malto aromatizzate, cocktail in lattina e hard seltzer si contendono già acquirenti simili.

Anche il contesto in cui è stata formulata la previsione è significativo. La convention della NBWA è uno dei principali appuntamenti annuali negli Stati Uniti per i distributori di birra e le aziende del settore delle bevande alcoliche. La visibilità di una categoria in quell’occasione può indicare in anticipo che i grossisti le attribuiscono uno slancio sufficiente a meritare maggiore attenzione. La decisione di Scanlon di preparare un rapporto dopo aver visto i prodotti in più momenti dell’evento suggerisce che la tendenza è andata oltre i lanci isolati ed è ormai entrata nel dibattito più ampio del settore.

La stima resta comunque una previsione, non un dato sulle vendite effettive. Nell’estratto disponibile lunedì, il rapporto di Brewbound non specificava le ipotesi alla base della stima, compresa la quota di crescita attesa riconducibile al lancio di nuovi marchi, a una distribuzione più ampia, agli acquisti ripetuti o al passaggio dei consumatori da altre categorie di bevande alcoliche. Non indicava neppure quali aziende siano nella posizione migliore per trarre vantaggio dal raggiungimento di quelle

dimensioni da parte del segmento.

La stima si aggiunge tuttavia alle indicazioni che lo sviluppo di prodotti nel settore delle bevande alcoliche continua a orientarsi verso formati ibridi, ispirati a elementi familiari delle bevande analcoliche. Per grossisti e rivenditori, questo può tradursi in nuove opportunità, ma anche in scelte più difficili sull’assortimento. Per gli operatori affermati della birra e degli spirits, potrebbe aumentare la pressione a reagire rapidamente, se l’interesse dei consumatori per i prodotti in stile bevanda sportiva alcolica continuerà a crescere fino al 2027.