vinetur

La domanda per Halloween ha frenato il calo delle vendite di distillati negli Stati Uniti, secondo NielsenIQ

Nella settimana del 31 ottobre le vendite hanno raggiunto 574,4 milioni di dollari, in crescita del 10,1% rispetto alla settimana precedente dopo un calo del 2,0% in quattro settimane

mercoledì 11 novembre 2026



Le vendite di distillati negli Stati Uniti sono diminuite nelle quattro settimane concluse il 31 ottobre, ma la domanda legata ad Halloween ha contribuito a stabilizzare il mercato e a contenere il recente calo della categoria, secondo un rapporto NielsenIQ pubblicato

mercoledì.

NielsenIQ ha riferito che, nel periodo di quattro settimane, le vendite in valore complessive di distillati, esclusi i cocktail pronti, sono diminuite del 2,0% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, mentre i volumi sono calati dell'1,7%. Secondo la società di ricerca, la cautela dei consumatori e le più ampie pressioni economiche hanno rappresentato il 90% della flessione della categoria. I risultati sono comunque migliorati rispetto al periodo di rilevazione precedente, grazie all'aumento degli acquisti in vista di Halloween e dell'inizio dei festeggiamenti delle festività.

La settimana conclusa il 31 ottobre è stata un evidente segnale positivo nel rapporto. NielsenIQ ha riferito che in quei sette giorni le vendite di distillati hanno raggiunto 574,4 milioni di dollari, in crescita del 10,1% rispetto alla settimana precedente. L'aumento suggerisce che la domanda stagionale abbia contribuito a compensare parte delle pressioni che negli ultimi mesi hanno pesato sul settore.

L'andamento è rimasto disomogeneo tra le categorie. La tequila è stata una delle poche grandi categorie a registrare una crescita, con vendite in valore in aumento dell'1,7% e volumi del 6,1% nel periodo di quattro settimane. I distillati analcolici hanno registrato una crescita ancora più rapida: le vendite in valore sono salite del 22,7% e i volumi del 25,6%, facendo di questa la categoria più forte del rapporto.

Anche la vodka, la maggiore categoria di distillati del Paese per vendite in molti canali al dettaglio, ha mostrato segnali di stabilizzazione. NielsenIQ ha riferito che le vendite in valore della vodka sono diminuite dello 0,4% e i volumi dello 0,7%, risultati entrambi migliori rispetto alle tendenze recenti. Il whiskey ha continuato a perdere terreno, con vendite in valore in calo del 4,9% e volumi del 5,2%. La categoria «tutti gli altri», che comprende brandy, cognac, liquori, gin, alcol di cereali e rum, ha registrato un calo del 2,0% in valore e del 2,9% in volume.

Tra i produttori, Diageo si è confermata la prima azienda per vendite in valore, nonostante un calo del 6,0% delle vendite e una diminuzione di 68.600 casse nei volumi. Sazerac si è classificata seconda e ha registrato una delle performance più solide tra i principali fornitori, con vendite in valore in crescita del 5,9% e volumi in aumento di 79.100 casse. Bacardi è arrivata terza, con vendite in valore in crescita del

3,5% e volumi in aumento di 9.800 casse. Fifth Generation, produttrice di Tito’s Handmade Vodka, si è classificata quarta, con un aumento del 7,3% in valore e volumi in crescita di 25.100 casse. Suntory Global Spirits ha completato la top five per vendite in valore, pur registrando un calo del 6,2% delle vendite e una flessione di 44.700 casse nei volumi.

In base alla crescita delle vendite in valore, anziché alle dimensioni complessive, Sazerac ha guidato la classifica dei produttori, seguita da Fifth Generation e Bacardi. Si è distinta anche Constellation, con vendite in valore in aumento del 17,8% e volumi in crescita di 7.200 casse. Heaven Hill è entrata nella top five per crescita, con un aumento dello 0,9% delle vendite in valore, nonostante un calo di 12.900 casse nei volumi.

Tra i marchi, Tito’s Vodka ha mantenuto il primo posto per vendite in valore e ha registrato una crescita, con vendite in aumento del 5,7% e volumi in crescita di 20.100 casse. Crown Royal si è classificato secondo per vendite in valore, ma ha perso il 9,5%, con volumi in calo di 19.400 casse. Jack Daniel’s è arrivato terzo, con una flessione del 7,5% e volumi in calo di 19.200 casse. Don Julio si è classificato quarto, con vendite in valore in calo del 3,0% e volumi in diminuzione di 1.500 casse. Fireball Whiskey è arrivato quinto, con una flessione del 6,6% in valore e volumi in calo di 24.500 casse.

Tra i marchi con la maggiore crescita delle vendite in valore figurano diverse etichette che non occupano le posizioni di vertice per dimensioni. Cazadores ha registrato un aumento del 60,0% delle vendite in valore e ha aggiunto 26.400 casse. W.L. Weller ha guadagnato il 103,7% in valore, con volumi in crescita di 8.500 casse. Lunazul Tequila è cresciuta del 18,9% in valore e di 13.900 casse in volume. Svedka ha registrato un aumento del 17,5% delle vendite in valore e ha aggiunto 51.400 casse, affiancandosi a Tito’s tra i marchi di vodka con un andamento più dinamico nel periodo.

Il rapporto descrive un mercato ancora in contrazione nel complesso, ma con aree di domanda più evidenti per tequila, distillati analcolici e alcuni marchi di vodka, mentre i rivenditori entrano sempre più nel vivo della stagione delle festività. I dati di NielsenIQ riguardano le vendite complessive di distillati negli Stati Uniti, esclusi i cocktail pronti; la categoria «tutti gli altri» comprende brandy, cognac, liquori, gin, alcol di cereali e rum.