vinetur

Gli acquisti per Halloween fanno crescere del 6,0% le vendite di cocktail pronti nell’ultima settimana di ottobre

A ottobre le vendite in valore sono aumentate del 3,7%, con i prodotti pronti da bere a base di distillati a trainare la crescita, secondo NielsenIQ

mercoledì 11 novembre 2026



A ottobre i cocktail pronti hanno registrato risultati migliori nella vendita al dettaglio statunitense: gli acquisti per Halloween hanno fatto crescere le vendite settimanali e contribuito a portare i volumi vicino alla stabilità, secondo un rapporto NielsenIQ relativo alle quattro settimane concluse il 31 ottobre.

NielsenIQ ha riferito che, nel periodo, le vendite in valore della categoria dei cocktail pronti sono aumentate del 3,7%, mentre i volumi in casse sono diminuiti dello 0,3%. Nella settimana conclusa il 31 ottobre, le vendite in valore hanno raggiunto 301,2 milioni di dollari, in aumento del 6,0% rispetto alla settimana precedente: una crescita che il rapporto associa alla domanda stagionale in vista di Halloween.

La categoria monitorata da NielsenIQ comprende prodotti pronti da bere e pronti da servire a base di distillati, cocktail a base di vino, bevande aromatizzate a base di malto e hard seltzer. I dati mostrano che la crescita è rimasta disomogenea tra i diversi segmenti, con i prodotti a base di distillati a sostenere la maggior parte dello slancio della categoria.

I prodotti pronti da bere a base di distillati si sono confermati il segmento più forte del mercato. NielsenIQ ha rilevato che, nel periodo di quattro settimane, le vendite in valore di questo segmento sono aumentate del 21,5% e i volumi del 24,3%. Sono cresciuti anche i cocktail a base di vino, con vendite in valore in aumento del 6,5% e volumi del 4,9%.

Le bevande aromatizzate a base di malto e gli hard seltzer hanno continuato a registrare un calo, ma la flessione della categoria si è attenuata. NielsenIQ ha riferito che le vendite in valore di questo gruppo sono diminuite del 3,7% e i volumi del 6,1%. Le flessioni più contenute hanno ridotto l'impatto negativo sui risultati complessivi dei cocktail pronti, anche se il segmento è rimasto più debole dei prodotti a base di distillati e di vino.

I dati indicano che i cocktail pronti si stanno avvicinando a un ritorno alla crescita dei volumi, dopo un periodo in cui le vendite in valore hanno tenuto meglio dei volumi in casse. Il rapporto mostra che prezzi e composizione del mix hanno continuato a sostenere la categoria, ma gran parte dell'espansione è derivata da un aumento degli acquisti di prodotti pronti da bere a base di distillati, anziché da una crescita diffusa in tutti i segmenti.

Tra i produttori, Mark Anthony Brands è rimasta la maggiore azienda della categoria dei cocktail pronti per vendite in valore nelle quattro settimane concluse il 31 ottobre. NielsenIQ ha riferito che le vendite in valore di Mark Anthony sono aumentate dell'1,1%, mentre i volumi in casse sono diminuiti di 74.800 unità. Boston Beer si è classificata seconda per vendite in valore, in calo del 2,4%, con una diminuzione dei volumi di 291.100 casse.

Anheuser-Busch Inc. si è classificata terza per vendite in valore e ha registrato una delle performance migliori tra i maggiori fornitori. Le vendite di cocktail pronti sono aumentate del 6,3% e i volumi in casse di 48.200 unità. Sazerac ha seguito con un aumento del 5,6% delle vendite in valore e 42.000 casse in più. Gallo si è classificata quinta per vendite in valore, in calo dell'1,3%, mentre i volumi sono diminuiti di 30.700 casse.

Nella classifica dei produttori per crescita, Stateside Brands ha registrato il maggiore incremento delle vendite in valore, aumentate del 110,1%, e dei volumi in casse, cresciuti di 435.100 unità. Anche Anheuser-Busch e Sazerac si sono collocate ai primi posti, a conferma dei progressi sia tra i grandi fornitori affermati sia tra i marchi più recenti o in più rapida crescita.

A livello di marchi, White Claw ha mantenuto il primo posto per vendite in valore nella categoria dei cocktail pronti. NielsenIQ ha riferito che le vendite di White Claw sono aumentate del 2,4%, con 6.000 casse in più. Twisted Tea si è classificato secondo per vendite in valore, nonostante un calo del 7,7% delle vendite e una diminuzione di 247.900 casse.

BuzzBallz si è classificato terzo per vendite in valore, con un aumento del 6,2% e 32.700 casse in più. Cutwater Cocktail si è classificato quarto e ha registrato una delle performance migliori tra i marchi leader: le vendite in valore sono aumentate del 13,4% e i volumi in casse di 80.500 unità. Smirnoff si è classificato quinto, con vendite in valore in aumento del 5,8% e 51.500 casse in più.

La classifica dei marchi per crescita mostra che diversi nomi legati al mercato dei prodotti pronti da bere a base di distillati continuano a guadagnare terreno. Surfside Cocktail è in testa, con vendite in valore in aumento del 60,2% e 235.900 casse in più. Le vendite in valore di Sun Cruiser Cocktail sono cresciute del 64,3%, con un aumento dei volumi di 146.700 casse. Monaco ha registrato un incremento del 30,0% delle vendite in valore e 59.900 casse in più. Anche Cutwater figura nella classifica dei marchi in crescita, a conferma dei progressi tra i marchi più venduti e quelli in più rapida crescita.

Il rapporto di ottobre descrive un mercato dei cocktail pronti che ha beneficiato di una spinta stagionale a fine mese e continua a essere caratterizzato da una netta divergenza tra la forza dei prodotti a base di distillati e la debolezza delle bevande aromatizzate a base di malto e degli hard seltzer. I dati di NielsenIQ mostrano che la domanda dei consumatori in occasione di Halloween ha contribuito a chiudere il periodo con risultati più solidi, anche se al 31 ottobre i volumi complessivi in casse non erano ancora chiaramente tornati in territorio positivo.