vinetur

Le vendite di tequila nei negozi statunitensi crescono del 6,1% in volume

Nelle ultime quattro settimane le vendite di distillati si sono indebolite: secondo NielsenIQ, i volumi di whiskey nel canale off-premise sono calati del 5,2%

giovedì 12 novembre 2026



Nel più recente periodo di rilevazione di quattro settimane, la tequila ha registrato una crescita dei volumi di vendita nei negozi statunitensi, mentre le vendite di whiskey sono diminuite e il mercato dei distillati nel suo complesso si è indebolito.

I dati elaborati da NielsenIQ per le quattro settimane concluse il 31 ottobre mostrano che le vendite di tequila nel mercato statunitense off-premise, che comprende gli acquisti destinati al consumo al di fuori di bar e ristoranti, sono aumentate del 6,1% in volume rispetto a un anno prima. Nello stesso periodo, il valore delle vendite di tequila è cresciuto dell'1,7%.

I dati si distinguono rispetto al calo più generale dei distillati. Escludendo i cocktail pronti da bere, le vendite di spirits sono diminuite del 2,0% in valore e dell'1,7% in volume rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il confronto indica un mercato in cui i consumatori hanno acquistato meno distillati nel complesso, mentre la tequila ha continuato a guadagnare spazio sugli scaffali.

Il whiskey ha seguito la tendenza opposta. Nel medesimo canale retail statunitense, le vendite complessive di whiskey sono calate del 4,9% in valore e del 5,2% in volume su base annua. Il whisky canadese ha registrato una flessione più marcata, con un calo dell'8,1% in valore e del 6,9% in volume.

Anche la vodka ha perso terreno, sebbene in misura inferiore rispetto al whiskey. Secondo i dati NielsenIQ, le sue vendite sono diminuite dello 0,4% in valore e dello 0,7% in volume.

I dati sulla tequila indicano che sono state vendute più bottiglie, ma che i ricavi non sono cresciuti allo stesso ritmo. In base al rapporto tra i due tassi di crescita, il valore medio implicito per unità di tequila è diminuito di circa il 4,1% rispetto a un anno prima. Questo dato, da solo, non significa che i produttori abbiano ridotto i prezzi di listino di tale entità. Può riflettere anche variazioni nelle promozioni, nei formati delle confezioni e nel mix di prodotti scelti dai consumatori.

La ripartizione per categoria utilizzata in questa sede non comprende il valore assoluto delle vendite in dollari né i volumi in casse; il rapporto non indica quindi le dimensioni di ciascuna categoria nel periodo né il confronto tra i dati più recenti e le tendenze di

più lungo periodo. Non fornisce inoltre i risultati da inizio anno.

NielsenIQ, che monitora gli acquisti dei consumatori e le vendite retail in oltre 90 Paesi, ha elaborato i dati per il canale off-premise statunitense. I risultati sono stati ripresi anche da The Spirits Business, pubblicazione di settore con sede a Londra specializzata nell’industria degli spirits.

Poiché i dati riguardano le vendite al dettaglio destinate al consumo al di fuori degli esercizi autorizzati, non rappresentano il consumo totale di distillati negli Stati Uniti. Questa fotografia del mercato non include le vendite in bar, ristoranti e altri locali del canale on-premise.