vinetur

La birra analcolica ha superato quella artigianale di 13,1 punti percentuali nella grande distribuzione statunitense

Nelle quattro settimane concluse il 31 ottobre, i volumi della birra analcolica sono aumentati del 7,5%, mentre quelli della birra artigianale sono calati del 5,6%

giovedì 12 novembre 2026



La birra analcolica ha continuato a crescere nei canali retail statunitensi, mentre quella artigianale ha perso ulteriore terreno, secondo i dati del panel NielsenIQ citati in un report di settore pubblicato mercoledì 11 novembre. Nelle quattro settimane concluse il 31 ottobre, i volumi della birra analcolica sono aumentati del 7,5% rispetto allo stesso periodo del 2025, mentre quelli della birra artigianale sono diminuiti del 5,6%. La differenza tra i due segmenti è stata quindi di 13,1 punti percentuali.

Lo stesso andamento si è registrato nelle vendite in valore. Il valore delle vendite di birra analcolica è aumentato dell'8,9% su base annua, mentre quello della birra artigianale è sceso del 4,1%. I dati suggeriscono che la crescita delle vendite di birra al dettaglio si è concentrata in un numero limitato di categorie, anziché distribuirsi sull'intero mercato.

Gli altri segmenti della birra hanno registrato variazioni più contenute. La birra d'importazione ha segnato un aumento dello 0,3% delle vendite in valore, ma i volumi sono diminuiti dell'1,5%. La birra domestica superpremium è cresciuta del 2,3% in valore e dell'1,6% in volume, risultando una delle poche categorie tradizionali della birra a registrare una crescita in entrambe le misure.

I dati riguardano le vendite al dettaglio negli Stati Uniti monitorate da NielsenIQ nell'arco di quattro settimane, non l'intero mercato della birra per l'anno. Per i segmenti non sono stati pubblicati i valori assoluti delle vendite e insieme ai dati non sono state diffuse cifre comparabili da inizio anno. I numeri disponibili mostrano quindi la direzione e il ritmo delle variazioni, ma non la dimensione complessiva di ciascuna categoria nel mercato.

È importante anche distinguere tra valore e volume. Il valore indica le vendite in dollari, mentre il volume misura le vendite fisiche. Quando un segmento cresce in valore ma non in volume, la variazione può riflettere prezzi, assortimento o altri fattori, non soltanto un aumento delle unità vendute. È un aspetto rilevante per la birra d'importazione, tornata a una lieve crescita in valore mentre i volumi continuavano a diminuire.

Per la birra analcolica, la crescita di entrambe le misure indica un’espansione più ampia nel retail durante il periodo. Poiché i volumi sono aumentati del 7,5% e le vendite in valore dell’8,9%, il segmento non ha registrato progressi facendo affidamento soltanto su prezzi più alti. La birra artigianale ha seguito la tendenza opposta, con cali sia in valore sia in volume, a indicare vendite più deboli nei punti vendita monitorati nel periodo considerato.

I dati citati nel report dell’11 novembre provengono dal panel NielsenIQ sul retail statunitense, ma il report originale di NielsenIQ non era disponibile al pubblico. Le cifre esaminate erano quelle pubblicate in un report secondario di Vinetur. Ciò limita la possibilità di verificare autonomamente la metodologia completa e gli eventuali ulteriori dettagli contenuti nella pubblicazione originale.

Il report precisa inoltre che il panel non rappresenta i consumi nazionali complessivi ed esclude sidro, bevande aromatizzate a base di malto e hard seltzer. I dati vanno quindi letti come una fotografia delle vendite di birra al dettaglio monitorate nelle quattro settimane concluse il 31 ottobre, non come una misura completa di tutti gli acquisti di bevande alcoliche negli Stati Uniti.