vinetur

Vendite di vino al dettaglio negli Stati Uniti in calo del 3,4% nelle quattro settimane al 7 novembre

La flessione si è attenuata: vino fermo in calo del 4,3% in valore e spumante in crescita del 2,3%

martedì 17 novembre 2026



Le vendite di vino al dettaglio negli Stati Uniti sono diminuite ancora nelle quattro settimane terminate il 7 novembre, ma il calo è stato meno marcato rispetto alla rilevazione precedente e lo spumante ha continuato a crescere, secondo i dati

NielsenIQ diffusi lunedì 16 novembre.

NielsenIQ ha riferito che le vendite di vino nei canali retail monitorati, esclusi i cocktail a base di vino, sono diminuite del 3,4% in valore in dollari e del 5,0% in volume rispetto a un anno prima. I dati indicano che il mercato è ancora in contrazione, ma a un ritmo più contenuto rispetto al precedente periodo di quattro settimane.

Nelle quattro settimane terminate il 31 ottobre, le vendite di vino erano calate del 3,8% in valore e del 5,3% in volume. Nell'ultimo periodo si è quindi registrato un miglioramento su base annua di 0,4 punti percentuali in valore e di 0,3 punti percentuali in volume. I periodi di rilevazione di NielsenIQ sono finestre mobili di quattro settimane parzialmente sovrapposte: il calo più contenuto non basta, da solo, a dimostrare un'inversione di tendenza duratura.

La differenza tra i principali segmenti del vino è rimasta evidente. Il vino fermo ha registrato i risultati peggiori, con vendite in calo del 4,3% in valore e del 5,5% in volume rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Lo spumante ha seguito la direzione opposta, con un aumento del 2,3% in valore e dell'1,4% in volume.

Il vino analcolico, pur restando una categoria più piccola, ha registrato la crescita più rapida tra quelle incluse nel rapporto. Secondo NielsenIQ, le vendite del segmento sono aumentate del 18,9% in valore e del 14,4% in volume rispetto a un anno prima.

Nel loro insieme, i dati aggregati indicano che il valore medio delle vendite per unità di volume è aumentato di circa l'1,7%. Il calcolo può riflettere variazioni nel mix di prodotti, nei prezzi e nelle scelte d'acquisto dei consumatori e non va interpretato come una misura pura dell'inflazione.

Gli ultimi dati indicano che i consumatori hanno continuato ad acquistare meno casse nel complesso, mentre la spesa ha tenuto meglio dei volumi. Questo andamento è compatibile con un mercato in cui categorie o prodotti più costosi possono attenuare l'effetto della flessione delle vendite in unità, anche se il comunicato di NielsenIQ non forniva una ripartizione dettagliata dei prezzi per segmento.

Il rapporto conferma inoltre una divisione già emersa nelle recenti rilevazioni sul retail: il vino fermo tradizionale resta sotto pressione, mentre lo spumante continua a dimostrare resilienza in vista del periodo delle vendite natalizie di fine anno. Nei dati diffusi, NielsenIQ non ha indicato le cause di questa differenza.

I dati riguardano il segmento retail statunitense monitorato da NielsenIQ, non l'intero consumo di vino negli Stati Uniti. Le cifre, quindi, non rappresentano l'intero mercato statunitense. Nel comunicato, NielsenIQ non ha inoltre pubblicato i valori assoluti delle vendite per l'intero periodo né un totale comparabile dall'inizio dell'anno.