vinetur

Le vendite di birra negli Stati Uniti rallentano la flessione a inizio novembre, secondo NielsenIQ

Vendite a valore in calo dell’1,5% nelle quattro settimane concluse il 7 novembre; la contrazione degli acquisti dei consumatori ha determinato il 92% delle perdite

mercoledì 18 novembre 2026



A inizio novembre le vendite di birra negli Stati Uniti hanno mostrato segnali di stabilizzazione, pur restando in calo e registrando risultati settimanali più deboli, secondo un nuovo rapporto di NielsenIQ relativo alle quattro settimane concluse il 7 novembre.

Il rapporto, che rileva le vendite totali di birra escludendo le bevande al malto aromatizzate e gli hard seltzer, indica che nell'ultimo periodo di quattro settimane le vendite a valore sono diminuite dell'1,5% rispetto a un anno prima. I volumi sono calati del 3,2%. NielsenIQ ha riferito che entrambi gli indicatori sono migliorati leggermente rispetto al periodo di rilevazione precedente, segnalando un avvio di novembre su basi più solide per il comparto, nonostante la persistente pressione sulla domanda.

La contrazione degli acquisti dei consumatori è rimasta la causa principale della performance più debole. Secondo NielsenIQ, il minore interesse degli acquirenti ha determinato il 92% delle perdite del comparto, mentre la riduzione della distribuzione ha rappresentato il restante 8%. La ripartizione indica che il problema riguarda più la domanda che lo spazio sugli scaffali: meno consumatori acquistano birra, mentre la disponibilità è cambiata solo in misura contenuta.

Su base settimanale, il quadro è stato più debole. Le vendite settimanali a valore sono state pari a 830,5 milioni di dollari, in calo del 4,6% rispetto alla settimana precedente. Il rapporto non riconduce la flessione settimanale a un singolo fattore, ma segnala che la tendenza complessiva delle quattro settimane continua a migliorare rispetto ai periodi precedenti.

I risultati sono variati nettamente da un segmento all'altro. Le birre nazionali super premium si sono confermate il principale segmento più solido, con vendite a valore in aumento del 2,4% e volumi in crescita dell'1,6% nelle quattro settimane concluse il 7 novembre. Anche le birre d'importazione sono rimaste in territorio positivo a valore, seppure di poco. Le vendite a valore delle importazioni sono salite dello 0,1%, mentre i volumi sono scesi dell'1,4%: un segnale che prezzi e mix hanno contribuito a mantenere stabili i ricavi, nonostante l'indebolimento della domanda in termini di unità vendute.

Diversi segmenti più piccoli hanno continuato a registrare risultati superiori a quelli del mercato nel suo complesso. Le birre analcoliche hanno segnato un aumento dell'8,6% delle vendite a valore e del 7,1% delle casse vendute. Anche il sidro è cresciuto, con vendite a valore in aumento del 7,0% e vendite in casse in crescita del 5,4%. Questi incrementi spiccano rispetto alle flessioni di molti segmenti tradizionali della birra e rafforzano l'ipotesi che alcuni consumatori si stiano spostando all'interno del mercato delle bevande alcoliche, anziché abbandonarlo del tutto.

Altre aree del mercato della birra hanno continuato a essere sotto pressione. Le birre nazionali premium sono state il principale segmento più debole nel rapporto, con vendite a valore in calo del 5,3% e volumi in flessione del 6,5%. Anche la birra artigianale è diminuita: le vendite a valore sono scese del 4,0% e i volumi del 5,3%. I dati indicano che la debolezza diffusa continua a interessare molte aree consolidate del mercato, mentre i segmenti premium, d'importazione e analcolico tengono meglio.

Tra i produttori, Anheuser-Busch si è confermato il primo per vendite a valore, sebbene abbia registrato risultati negativi nell'ultimo periodo. Le sue vendite a valore sono diminuite dell'1,9% e le vendite in casse di 1,7 milioni. Constellation si è classificata al secondo posto ed è stata uno dei maggiori produttori ancora in crescita, con vendite a valore in aumento dell'1,5% e volumi in casse superiori di 17.500 unità. Molson Coors Beverage Co. si è classificata terza, con vendite a valore in calo del 3,3% e vendite in casse inferiori di 1,2 milioni.

Heineken USA, quarto produttore per vendite a valore nel rapporto, ha registrato un calo del 6,0% e una flessione di 267.800 casse. New Belgium Brewing si è classificata quinta e ha segnato uno degli incrementi più consistenti tra i principali produttori, con vendite a valore in aumento del 7,7% e volumi in casse superiori di 69.100 unità.

Se si considerano gli aumenti delle vendite a valore anziché le dimensioni, Constellation ha guidato la classifica dei primi cinque produttori individuati da NielsenIQ. Al secondo posto New Belgium, seguita da Boston Beer, che ha registrato una crescita a valore dell'1,8% e 16.500 casse in più. Sapporo Breweries Ltd. ha segnato uno dei tassi di crescita più elevati del rapporto, con vendite a valore in aumento del 14,4% e volumi in casse superiori di 17.300 unità. Athletic Brewing Co., tra i principali operatori nel

segmento della birra analcolica, ha completato la top five dei produttori in crescita, con vendite a valore in aumento del 4,1% e vendite in casse superiori di 5.400 unità.

A livello di marca, Modelo è rimasta la birra con le maggiori vendite a valore nell'ultimo periodo di quattro settimane. Le vendite a valore sono aumentate dello 0,4%, mentre quelle in casse sono diminuite di 160.300 unità. Budweiser si è classificata seconda e ha registrato una delle flessioni più marcate tra i marchi leader, con vendite a valore in calo del 7,5% e vendite in casse inferiori di 1,6 milioni. Michelob, terza, ha ottenuto risultati decisamente migliori, con vendite a valore in aumento del 5,5% e volumi in casse superiori di 470.700 unità.

Corona si è classificata quarta, con vendite a valore in calo dell'1,3% e vendite in casse inferiori di 163.900 unità. Coors è arrivata quinta, con vendite a valore in flessione dell'1,7% e volumi in casse inferiori di 405.900 unità.

Michelob è stata la marca con la maggiore crescita a valore tra le prime cinque. Pacifico l'ha seguita, con un aumento del 19,1% delle vendite a valore e 257.400 casse in più, risultando una delle marche più performanti del rapporto. Busch ha registrato una crescita a valore del 3,1% e 141.600 casse in più. Le vendite del marchio New Belgium sono aumentate dell'8,3%, con vendite in casse in crescita di 58.900 unità. Anche Victoria ha segnato un forte incremento, con vendite a valore in aumento del 17,3% e volumi in casse superiori di 75.200 unità.

Gli ultimi dati mostrano un mercato della birra ancora alle prese con un calo complessivo della domanda, ma non in modo uniforme. Le importazioni hanno mantenuto una buona tenuta, le proposte premium hanno fatto meglio dei segmenti nazionali mainstream e la birra analcolica ha continuato a crescere più rapidamente della maggior parte degli altri segmenti. Al tempo stesso, le forti flessioni delle birre nazionali premium e la persistente debolezza della birra artigianale evidenziano quanto il mercato resti disomogeneo.

I dati provengono da NielsenIQ Retail Measurement e riguardano le quattro settimane concluse il 7 novembre.