vinetur

Negli Stati Uniti le vendite di cocktail pronti crescono del 4,1% nelle ultime quattro settimane

Secondo NielsenIQ, la categoria è rimasta il principale motore di crescita delle bevande alcoliche, trainata dall’aumento del 22,2% dei cocktail RTD a base di distillati

mercoledì 18 novembre 2026



I cocktail pronti hanno continuato a crescere negli Stati Uniti nelle quattro settimane concluse il 7 novembre, mentre i consumatori hanno continuato ad acquistare prodotti ready-to-drink e ready-to-serve dopo la spinta legata ad Halloween, secondo il rapporto Full View di novembre 2026 di NielsenIQ.

NIQ ha riferito che, nell'ultimo periodo di quattro settimane, le vendite in valore della categoria dei cocktail pronti sono aumentate del 4,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. I volumi, finora sotto pressione, sono tornati a una lieve crescita, con un aumento dello 0,1%. Secondo la società di ricerca, la domanda è rimasta sostenuta, anche se il ritmo di espansione ha rallentato leggermente rispetto al periodo precedente, dopo le vendite più consistenti legate ad Halloween.

La prima settimana di novembre ha generato vendite per 260,0 milioni di dollari nella categoria, il 13,7% in meno rispetto alla settimana precedente, secondo il rapporto. Nonostante il calo a inizio mese, NIQ ha definito i cocktail pronti la principale fonte di crescita nel comparto delle bevande alcoliche in vista della stagione degli acquisti per le festività.

La crescita non è stata uniforme in tutta la categoria. I prodotti ready-to-drink a base di distillati sono rimasti il segmento più dinamico, con vendite in valore in aumento del 22,2% e volumi in crescita del 25,4%. Sono migliorati anche i cocktail a base di vino, che hanno registrato un aumento del 6,8% delle vendite in valore e del 5,1% dei volumi. Al contrario, le bevande aromatizzate a base di malto e i seltzer hanno continuato a perdere terreno, sebbene a un ritmo più contenuto rispetto ai periodi precedenti: le vendite in valore sono diminuite del 3,3% e i volumi del 5,7%.

L'andamento suggerisce che i consumatori continuano a orientarsi verso prodotti presentati come pratici e adatti alle occasioni di consumo tipiche dei cocktail, soprattutto nei formati a base di distillati. NIQ ha rilevato che la crescita è rimasta concentrata sui prodotti ready-to-drink, senza coinvolgere l'intera categoria dei cocktail pronti.

Tra i produttori, Mark Anthony Brands è rimasta la società con le maggiori vendite in valore nell'ultimo periodo di quattro settimane. Le vendite in valore sono aumentate dell'1,6%, anche se, secondo NIQ, le vendite in casse sono diminuite di 46.700 unità.

Boston Beer si è piazzata al secondo posto per vendite in valore, in calo del 2,0%, mentre le vendite in casse sono scese di 272.800 unità. Anheuser-Busch Inc. è arrivata terza, con vendite in valore in crescita del 5,9% e vendite in casse in aumento di 45.600 unità. Sazerac ha seguito con una crescita del 5,9% in valore e 43.400 casse in più. Gallo si è classificata quinta, con vendite in valore in aumento dello 0,1% e vendite in casse in calo di 13.800 unità.

Considerando il tasso di crescita, Stateside Brands ha registrato il maggiore incremento delle vendite in valore tra i produttori. NIQ ha riferito che queste sono aumentate del 116,5% e le vendite in casse di 441.600 unità. Seguono Anheuser-Busch e Sazerac, entrambe con una crescita del 5,9% in valore. Mark Anthony Brands si è classificata quarta secondo questo criterio e Moet Hennessy USA quinta: NIQ ha segnalato un aumento di 5.600 casse, ma non ha fornito un dato comparabile sulla crescita in valore.

A livello di marca, White Claw è rimasta al primo posto per vendite in valore. Secondo NIQ, queste sono aumentate del 3,0% e le vendite in casse di 27.300 unità. Twisted Tea ha mantenuto la seconda posizione nonostante un calo del 7,6% delle vendite in valore e una diminuzione di 245.200 casse. BuzzBallz si è classificata terza, con vendite in valore in aumento del 6,4% e vendite in casse in crescita di 32.800 unità. Cutwater Cocktail è arrivata quarta, con un aumento del 12,1% in valore e di 73.800 casse. Smirnoff si è piazzata quinta, con vendite in valore in crescita del 6,3% e vendite in casse in aumento di 57.400 unità.

Tra le marche con la maggiore crescita in valore, Surfside Cocktail si è classificata al primo posto, con un aumento del 64,1% e 240.300 casse in più, secondo NIQ. Super Lyte Cocktail è arrivata seconda, con un incremento di 201.100 casse, anche se NIQ non ha fornito un dato comparabile sulla crescita in valore. Sun Cruiser Cocktail si è piazzata terza, con vendite in valore in aumento del 66,5% e vendite in casse in crescita di 144.200 unità. Anche Cutwater Cocktail e White Claw figurano tra le prime cinque per crescita in valore.

Il rapporto di NIQ riguarda i cocktail pronti venduti nei canali retail statunitensi e comprende prodotti ready-to-drink e ready-to-serve a base di distillati, cocktail a base di vino, bevande aromatizzate a base di malto e seltzer. Gli ultimi dati mostrano una categoria ancora in espansione, ma con lo slancio maggiore concentrato nei prodotti a

base di distillati, mentre le proposte a base di malto e i seltzer continuano a perdere terreno.