vinetur

Spedizioni di birra negli Stati Uniti in calo del 3,9% fino a settembre

Il calo equivale a 5,5 milioni di barili in meno; nel terzo trimestre i volumi sono scesi di quasi il 4%, nonostante il sostegno delle esportazioni e dei prodotti pronti da bere

giovedì 19 novembre 2026



Da gennaio a settembre le spedizioni di birra negli Stati Uniti sono diminuite del 3,9%, secondo le stime di Beer Marketer's Insights, prolungando le difficoltà di un mercato che fatica a tornare a crescere in volume. Il calo corrisponde a circa 5,5 milioni di barili spediti in meno rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

La flessione è proseguita nel terzo trimestre, quando le spedizioni sono diminuite di quasi il 4%, secondo la pubblicazione. Ciò suggerisce che il rallentamento non sia stato circoscritto a una parte dell'anno, ma rifletta invece un indebolimento più ampio dei volumi di birra nei primi nove mesi.

Beer Marketer's Insights ha descritto un quadro complicato dalla presenza dei prodotti pronti da bere e dalle esportazioni, ma ha sottolineato che i volumi complessivi restano sotto pressione. L'analisi indica aree che potrebbero aiutare alcune aziende a compensare in parte il calo, mentre il core business della birra continua a essere in difficoltà.

I dati sono seguiti con attenzione in tutto il settore delle bevande, perché l'andamento delle spedizioni influenza decisioni che vanno ben oltre gli stabilimenti di produzione. Un calo prolungato dei volumi di birra può incidere sui programmi produttivi, sulla pianificazione delle importazioni, sugli ordini di imballaggi, sulle esigenze di magazzino e sull'utilizzo della capacità produttiva dei birrifici. Può inoltre influenzare le scelte di gestione delle scorte di distributori e rivenditori, che devono bilanciare la birra con altre bevande alcoliche, tra cui cocktail in lattina a base di distillati e altri prodotti pronti da bere.

Il calo registrato da gennaio a settembre aumenta inoltre la pressione sui produttori di birra, impegnati a tutelare i margini in un mercato in cui i consumatori sono diventati più selettivi negli acquisti e nelle spese. Quando i volumi diminuiscono, le aziende devono spesso compiere scelte più difficili in materia di prezzi, promozioni e investimenti nei marchi, soprattutto se devono fare i conti anche con una domanda più debole nei segmenti mainstream.

Per importatori ed esportatori, il riferimento alle esportazioni nella valutazione di Beer Marketer's Insights suggerisce che i flussi commerciali possano aver contribuito ad attenuare parte del calo per alcuni operatori. La flessione complessiva delle spedizioni

mostra tuttavia che questi progressi non sono bastati a rilanciare il mercato nel suo insieme fino a settembre.

Poiché le spedizioni sono un indicatore fondamentale della quantità di birra che entra nel sistema distributivo, è probabile che produttori, grossisti e fornitori utilizzino il rapporto per pianificare i mesi a venire. Per le aziende legate alla produzione di birra, i dati potrebbero segnalare la necessità di prudenza su produzione e scorte, a meno che la domanda non migliori. Per il settore delle bevande nel suo complesso, confermano l'importanza del mix di categorie, mentre i consumatori spostano la spesa tra birra, vino, distillati e prodotti pronti da bere.

Il rapporto di Beer Marketer's Insights lascia il settore avviato verso l'ultima parte dell'anno con volumi di spedizione inferiori a quelli registrati nello stesso periodo dell'anno precedente, nonostante il sostegno di categorie e canali che hanno offerto un certo sollievo.