vinetur

Il whiskey sopra i 50 dollari cresce del 4% nelle vendite negli Stati Uniti

Le vendite complessive di whiskey sono calate del 5%, ma le bottiglie sopra i 50 dollari hanno generato quasi il 20% del fatturato, pur rappresentando ben meno del 10% dei volumi

venerdì 20 novembre 2026



I marchi di whiskey di fascia alta continuano a guadagnare terreno negli Stati Uniti, mentre la categoria nel suo complesso resta in contrazione. Giovedì 19 novembre, Shanken News Daily ha riferito che i marchi con un prezzo pari o superiore a 50 dollari a bottiglia sono cresciuti del 4% nei canali monitorati da NielsenIQ nell'anno terminato il 3 ottobre, mentre le vendite complessive di whiskey sono diminuite del 5%.

Il rapporto, che cita Impact Databank, NielsenIQ e Circana, afferma che il mercato statunitense del whiskey nel suo complesso si avvia a registrare il quarto calo annuo consecutivo dei volumi. La fascia alta della categoria ha però continuato a sovraperformare, nonostante i dazi e la debolezza dei consumi.

Il dato è rilevante anche oltre il comparto del whiskey, perché indica dove le aziende del settore delle bevande potrebbero ancora trovare opportunità di crescita in un mercato debole. I prodotti premium rappresentano una quota dei ricavi maggiore di quanto suggeriscano i volumi venduti in casse, una dinamica che potrebbe influenzare prezzi, formati e scelte di portafoglio nel settore dei distillati e in altre categorie di bevande alcoliche.

Secondo Impact Databank, i whiskey con un prezzo pari o superiore a 50 dollari rappresentano ben meno del 10% dei volumi complessivi di whiskey negli Stati Uniti, ma quasi il 20% delle vendite in valore. In altre parole, una quota relativamente ridotta del mercato assorbe una fetta molto più ampia della spesa.

Negli Stati Uniti, il segmento di fascia alta è composto in larga misura da bourbon venduti a 50 dollari o più e da Scotch whisky, in particolare single malt. Shanken riferisce che The Macallan di Edrington è il whisky di fascia alta con il maggior valore di vendite nel Paese e continua a crescere con la sua espressione di punta di 12 anni.

Secondo il rapporto, The Glenlivet di Pernod Ricard resta il single malt Scotch più venduto in volume. Il marchio ha ampliato la gamma con nuove uscite, tra cui un'edizione Provence della serie di whisky di 12 anni affinati in botte, venduta a 55 dollari per una bottiglia da 750 ml.

Secondo il rapporto, anche Redbreast, il marchio di single pot still whiskey irlandese di Pernod Ricard, sta aumentando i volumi nella fascia alta.

Sazerac, il maggiore operatore del settore dei distillati per volume, resta uno dei protagonisti più solidi del whiskey americano premium. Shanken riferisce che diversi suoi bourbon venduti a oltre 50 dollari registrano una forte crescita a doppia cifra, tra cui W.L. Weller, Blanton’s e Colonel E.H. Taylor.

Sazerac ha inoltre lanciato Eagle Rare 30, descritto come l’imbottigliamento con indicazione dell’età più elevata mai realizzato da Buffalo Trace Distillery. L’azienda sta ora distribuendo la Buffalo Trace Antique Collection 2026, con diverse edizioni speciali al prezzo di 155 dollari.

Una classifica separata dei marchi, citata da Shanken, mostra che i principali whiskey venduti a oltre 50 dollari per una bottiglia da 750 ml hanno registrato una crescita del 14,3% dei volumi retail nei canali monitorati da Circana nelle 52 settimane concluse il 1° novembre. La classifica comprendeva 10 marchi importanti, che nel 2025 hanno totalizzato 2,03 milioni di casse da 9 litri in termini di volume negli Stati Uniti.

All’interno del gruppo, Colonel E.H. Taylor ha registrato una crescita dell’85,1% dei volumi retail, W.L. Weller è salito del 78,1%, Blanton’s ha guadagnato il 32,7% ed Eagle Rare è cresciuto del 18,9%. The Macallan e Johnnie Walker Blue sono cresciuti entrambi del 2,0%, mentre Redbreast ha segnato un aumento dell’1,4%. The Glenlivet è calato del 3,1%, Angel’s Envy dell’8,4% e Woodford Reserve Double Oaked dello 0,2%.

I grandi produttori continuano a lanciare nuovi prodotti nel segmento. A ottobre Brown-Forman ha ampliato la gamma Woodford Reserve Double Oaked con una versione rye, imbottigliata a 45,2% vol. e venduta a 55 dollari. La nuova uscita si aggiunge al Double Double Oaked Bourbon nella linea di fascia alta del marchio.

Anche Angel’s Envy, di proprietà di Bacardi, ha aggiunto una nuova espressione alla sua Distillery Series: un Kentucky straight bourbon affinato in botti di stout e Amburana. La bottiglia da 375 ml è venduta a 55 dollari.

Uno dei cambiamenti più evidenti sul mercato è la crescita dei formati premium più piccoli. Shanken riferisce che i vini e i distillati in confezioni ridotte sono in espansione, mentre i consumatori fanno i conti con l’inflazione e una minore disponibilità di reddito. Nel whiskey, questo ha creato spazio per i marchi premium venduti in bottiglie più

piccole, che consentono agli acquirenti di spendere meno all’inizio pur scegliendo marchi noti.

Questa tendenza potrebbe avere implicazioni più ampie per il settore delle bevande, se le aziende decidessero di difendere i prezzi premium puntando su formati più piccoli anziché applicare sconti alle bottiglie standard. Offre inoltre ai produttori un altro modo per rivolgersi a chi acquista regali e ai consumatori in cerca di prodotti di lusso per occasioni conviviali o speciali.

Diageo è una delle aziende che sta seguendo questa strategia. Shanken segnala Johnnie Walker Blue nel formato da 200 ml, venduto a 85 dollari e pensato per i consumatori che desiderano un prodotto premium in una confezione più piccola.