vinetur

Le scorte in eccesso impongono un nuovo riassetto al mercato della birra negli Stati Uniti

Secondo Brewbound, distributori e rivenditori riducono gli assortimenti dopo le perdite di quota di birra artigianale e bevande al malto aromatizzate

sabato 21 novembre 2026



Il mercato statunitense della birra si avvia verso una nuova fase di contenimento dei costi dopo diversi anni di rapida crescita e ampia espansione dell'offerta. Le bevande al malto aromatizzate e la birra artigianale hanno perso quota nei diversi canali di vendita, secondo un rapporto di Brewbound pubblicato venerdì 20 novembre.

Il rapporto afferma che il settore si prepara a un'ulteriore razionalizzazione, mentre produttori, distributori e rivenditori reagiscono alle scorte in eccesso accumulate durante il recente boom. Il processo dovrebbe comportare nuovi adeguamenti dei piani di distribuzione, dello spazio sugli scaffali e delle strategie di vendita al dettaglio, mentre le aziende cercano di riportare l'offerta in linea con la domanda.

La pressione sembra ricadere soprattutto sulle realtà più piccole o specializzate del mercato. Brewbound riferisce che le bevande al malto aromatizzate, spesso indicate con la sigla FMB, e la birra artigianale sono quelle che perdono più quota in diversi canali. Al contrario, i marchi di birra di largo consumo tengono meglio: un segnale che le etichette più grandi e consolidate sono in grado di assorbire meglio il rallentamento della crescita delle categorie e i cambiamenti nelle abitudini d'acquisto.

La contrazione prevista segna un'inversione rispetto all'espansione che ha caratterizzato gran parte dell'ultimo ciclo di mercato. In quel periodo, i produttori hanno ampliato l'offerta con nuovi prodotti, i distributori hanno allargato i portafogli e i rivenditori hanno fatto spazio a un numero crescente di marchi e sottocategorie. L'attuale contesto è meno indulgente. Con troppe scorte ancora presenti nel sistema, le aziende sono costrette a decidere con maggiore rigore quali prodotti continuare a sostenere e quali potrebbero perdere spazio sugli scaffali.

Per i produttori, le conseguenze sono immediate. Un ritmo più lento di riassortimento può compromettere la pianificazione della produzione e aumentare la pressione sui costi. Per i distributori, le scorte in eccesso possono occupare spazio nei magazzini e assorbire capitale circolante, rendendo al contempo più difficile gestire i portafogli in modo efficiente. Per i rivenditori, i prodotti che vendono più lentamente possono ridurre i margini e togliere spazio agli articoli con una rotazione più rapida. In tutto il settore delle bevande, queste pressioni potrebbero inoltre limitare l'accesso alla distribuzione per alcuni marchi, soprattutto nelle categorie che stanno già perdendo quota.

La questione va oltre il solo comparto della birra, perché spesso gli stessi canali di vendita servono un’ampia gamma di bevande. Se i distributori diventano più selettivi e i rivenditori riducono il numero di referenze a scaffale, i fornitori potrebbero trovarsi ad affrontare una concorrenza più serrata per ottenere spazio e avere meno margine per sperimentare. In pratica, ciò può tradursi in ordini d’acquisto più prudenti, valutazioni più rigorose dei risultati di vendita e minore tolleranza per i marchi meno performanti.

Brewbound riferisce che, secondo gli analisti, per affrontare questa fase le aziende dovrebbero concentrarsi su un numero più ristretto di priorità. Tra queste figurano l’innovazione di prodotto, un maggiore coinvolgimento dei consumatori e una disciplina operativa più rigorosa. Il rapporto sottolinea che queste misure sono considerate necessarie per produttori e distributori che vogliono tutelare la crescita e adattarsi al cambiamento delle preferenze dei consumatori.

L’attenzione all’efficienza operativa riflette un più ampio cambiamento di strategia. In una fase di rapida espansione, introdurre nuovi prodotti e accedere a nuovi segmenti può contribuire a sostenere le vendite. In un mercato più lento, le aziende si concentrano spesso maggiormente sulla gestione del portafoglio, sul controllo della catena di approvvigionamento e sui risultati nei diversi canali. Ciò può significare destinare il proprio sostegno ai marchi con una domanda dei consumatori più evidente e ridurre gli investimenti nei prodotti che non li giustificano più allo stesso livello.

Brewbound afferma inoltre che le prospettive di mercato indicano ora un ritmo di espansione più moderato. Invece di puntare su una crescita generalizzata delle categorie, le aziende sono spinte a ottimizzare le gamme di prodotti e a rafforzare la propria presenza nei canali che continuano a garantire rendimenti stabili. L’obiettivo è limitare ulteriori perdite di quota e consolidare una posizione più solida nel lungo periodo.

Per i produttori di birra artigianale e di bevande al malto aromatizzate, il segnale è particolarmente chiaro. Con un mercato più disciplinato, le categorie che in passato hanno beneficiato della varietà e della rapida innovazione potrebbero essere sottoposte a verifiche più severe in termini di rotazione, redditività e capacità di tenuta. In questo contesto, dimostrare una domanda duratura da parte dei consumatori potrebbe contare

più della capacità di lanciare rapidamente nuovi prodotti.

Il rapporto non prospetta un crollo dell’intero settore, ma descrive un mercato che si sta assestando dopo una fase di eccessiva espansione e che, nel breve periodo, probabilmente continuerà a essere più selettivo. Per le aziende birrarie degli Stati Uniti, la prossima fase della competizione potrebbe quindi dipendere meno dal numero di nuovi prodotti che riescono a lanciare e più dalla capacità di gestire le scorte, difendere le quote e consolidare una presenza stabile nei canali distributivi.