vinetur

Vendite di vino al dettaglio negli Stati Uniti in calo del 3,6% nelle quattro settimane al 14 novembre

L’aumento settimanale del 2,6% prima delle festività non ha invertito la tendenza al ribasso, trainata soprattutto dal vino fermo

martedì 24 novembre 2026



Le vendite di vino al dettaglio negli Stati Uniti hanno registrato un ulteriore lieve calo su base annua nelle quattro settimane concluse il 14 novembre, nonostante nell’ultima settimana si sia osservata una modesta ripresa in vista delle festività. Lo indicano i dati

NielsenIQ diffusi lunedì 23 novembre da Wine Industry Advisor.

I dati mostrano che le vendite complessive di vino, esclusi i cocktail a base di vino, sono diminuite del 3,6% in valore e del 5,1% in volume rispetto a un anno prima, con il volume misurato in casse. Le cifre riguardano le vendite al dettaglio monitorate negli Stati Uniti e non rappresentano i consumi nazionali complessivi.

Il calo è stato più marcato per il vino fermo, che continua a esercitare il maggiore impatto negativo sul mercato. Le vendite di vino fermo sono diminuite del 4,5% in valore e del 5,7% in volume rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Al contrario, il vino spumante ha continuato a crescere, con vendite in aumento del 2,4% in valore e dell'1,4% in volume. Il vino analcolico, pur rappresentando ancora un segmento più piccolo, ha registrato la crescita più rapida: +18,4% in valore e +13,7% in volume.

Il dato più recente sulle quattro settimane segna un lieve peggioramento rispetto al precedente periodo mobile di quattro settimane, conclusosi il 7 novembre. In quella finestra, le vendite complessive di vino erano diminuite del 3,4% in valore e del 5,0% in volume. Poiché i periodi si sovrappongono, il confronto non riguarda due mesi di calendario distinti, ma mostra comunque un peggioramento del calo su base annua pari a 0,2 punti percentuali in valore e 0,1 punti percentuali in volume.

Al tempo stesso, l'ultima settimana considerata nel rapporto segnala un miglioramento nel breve periodo. I dati NielsenIQ indicano vendite settimanali per 389,6 milioni di dollari, contro i 379,7 milioni della settimana corrispondente dell'anno precedente. Sulla base dei totali pubblicati e degli arrotondamenti, si tratta di un aumento di 9,9 milioni di dollari, pari al 2,6%.

La differenza tra l'aumento settimanale e l'andamento più debole delle quattro settimane suggerisce che gli acquisti legati alle festività possano sostenere le vendite nel breve periodo, senza però modificare la più ampia tendenza alla contrazione della categoria. I dati mostrano inoltre che i segmenti ancora in crescita non sono abbastanza ampi da compensare la debolezza del mercato nel suo complesso, soprattutto del vino fermo.

La differenza tra il calo in valore e quello in volume indica che i consumatori hanno acquistato meno casse rispetto a un anno prima, mentre i ricavi hanno tenuto relativamente meglio. Questo scarto, da solo, non dimostra tuttavia la presenza di inflazione. Anche le variazioni nella composizione degli acquisti, per esempio lo spostamento verso prodotti più costosi o di fascia più alta, possono incidere sulle vendite in dollari rispetto ai volumi effettivi.

I dati sono stati pubblicati da Wine Industry Advisor, una testata di settore, in un articolo di lunedì 23 novembre basato sui dati NielsenIQ. Il rapporto originale di NielsenIQ indica il periodo di riferimento di novembre e la finestra statistica di quattro settimane fino al 14 novembre. Nel settore vinicolo il rapporto è ampiamente utilizzato per valutare l'andamento delle vendite al dettaglio, ma copre i canali monitorati e non tutti i luoghi in cui gli americani acquistano o consumano vino.

Questa distinzione è importante per interpretare i dati. Il rapporto non offre un quadro nazionale completo e non include i valori assoluti delle vendite nelle quattro settimane né i totali da inizio anno, necessari per calcolare le perdite complessive del mercato in dollari o in casse nel periodo. Fornisce invece un'analisi dettagliata dell'andamento dei principali segmenti del mercato vinicolo al dettaglio mentre il settore entra in una stagione cruciale per le vendite: il vino spumante e quello analcolico continuano a crescere, mentre la categoria nel suo complesso si contrae.