vinetur

I principali marchi statunitensi di liquori e cordial crescono dell’1% fino a settembre

La crescita si distingue nel mercato dei distillati in rallentamento: 99, Aperol, Cointreau e Soonhari compensano le flessioni degli altri marchi

mercoledì 25 novembre 2026



I maggiori marchi di liquori e cordial negli Stati Uniti stanno facendo meglio del più ampio comparto dei distillati mentre il 2026 si avvicina agli ultimi mesi, secondo i dati pubblicati martedì 24 novembre da Shanken News Daily.

Citando i dati di NABCA e Impact Databank, il rapporto riferisce che, nei nove mesi fino a settembre, i 10 maggiori marchi di liquori e cordial venduti negli stati con controllo statale delle vendite negli Stati Uniti hanno registrato complessivamente un aumento dei volumi dell'1%. In base ai volumi di depletion negli Stati Uniti nel 2025, il gruppo ha totalizzato circa 9,4 milioni di casse da 9 litri. La crescita è stata contenuta, ma si è distinta in un mercato dei distillati sotto pressione.

Il miglioramento non ha riguardato l'intero comparto. La crescita di un gruppo ristretto di marchi, tra cui 99, Aperol, Cointreau e Soonhari, ha compensato le flessioni di diversi marchi più grandi. 99, di proprietà di Sazerac, si è confermato il marchio leader per dimensioni nella categoria, con 1,89 milioni di casse nel 2025, e ha registrato una crescita del 7,9% negli stati con controllo statale fino a settembre di quest'anno. Soonhari Soju, commercializzato da Spirit of Gallo, ha segnato il tasso di crescita più rapido tra i primi 10, con il 30,9% e un volume negli Stati Uniti di 467.000 casse nel 2025.

Altri marchi ad alto volume hanno perso terreno nello stesso gruppo di stati. DeKuyper, secondo marchio del segmento con 1,73 milioni di casse nel 2025, è sceso del 4,7%. Baileys, con 1,28 milioni di casse, ha registrato un calo del 3,0%. Grand Marnier è diminuito del 4,0%, mentre RumChata ha segnato la flessione più marcata tra i primi 10, pari al 12,1%.

Parte della recente tenuta è legata alle tendenze nel mondo dei cocktail, che continuano a sostenere specifiche tipologie di liquori. Il consumo di aperitivi e i cocktail Spritz hanno dato impulso alla domanda di Aperol, marchio italiano di punta di Campari Group. Negli Stati Uniti, Aperol è cresciuto del 5%, raggiungendo 633.000 casse nel 2025, e ha segnato un ulteriore aumento del 3,2% negli stati con controllo statale fino a settembre di quest'anno. Shanken News Daily riferisce che il marchio si avvicina ai 10 milioni di casse a livello globale e genera oltre 3 miliardi di dollari di vendite annue al dettaglio nel mondo.

Campari, altro marchio dello stesso portafoglio, ha beneficiato a sua volta dell'interesse per i cocktail classici come il Negroni. Nel 2025 il suo volume negli Stati Uniti è cresciuto dell'1,8%, raggiungendo 246.000 casse. Campari Group ha inoltre introdotto Sarti, un aperitivo più dolce pensato per lo Spritz: un segnale del tentativo dei produttori di consolidare la domanda, anziché considerarla una tendenza passeggera.

Cointreau ha beneficiato della sua presenza nei Margarita, tra i cocktail più ordinati sul mercato statunitense. Il liquore francese all'arancia ha raggiunto 476.000 casse nel 2025 e ha registrato una crescita del 6,7% negli stati con controllo statale fino a settembre di quest'anno, avvicinandosi alla soglia del mezzo milione di casse. La società madre, Rémy Cointreau, ha ampliato anche la propria offerta di prodotti pronti da servire. Quest'anno ha esteso a livello nazionale Cointreau Citrus Spritz nelle versioni Orange e Blood Orange e Lemon and Lime, entrambe con una gradazione alcolica del 10,5% e un prezzo di 20 dollari per una bottiglia da 750 millilitri.

I liquori al caffè mantengono il loro posto nella cultura dei cocktail, mentre l'Espresso Martini continua a essere popolare. Kahlúa, di proprietà di Pernod Ricard, è cresciuto dell'1,1%, raggiungendo 933.000 casse nel 2025. Il marchio ha tuttavia perso l'1,7% negli stati con controllo statale fino a settembre di quest'anno, a conferma della ripresa disomogenea della categoria. Pernod Ricard ha cercato di ampliare il pubblico di Kahlúa con nuove varianti come Kahlúa Dunkin' Caramel Swirl Cream.

Jägermeister presenta una simile divergenza tra la recente crescita nazionale e i dati di quest'anno relativi agli stati con controllo statale. Nel 2025 il volume del liquore alle erbe tedesco negli Stati Uniti è aumentato dell'8%, fino a 950.000 casse, dopo il forte calo del 2024, ma negli stati con controllo statale è diminuito dell'1,2% fino a settembre. Mast-Jägermeister US ha introdotto Jägermeister Orange per ampliare le occasioni di consumo del marchio oltre il tradizionale shot ghiacciato e includere i drink miscelati.

In casa Diageo, Baileys ha puntato sullo sviluppo di prodotti rivolti ai consumatori in cerca di alternative senza latticini. La scorsa primavera l'azienda ha lanciato versioni a base di latte d'avena nei gusti Coffee Toffee e Cookies and Creamy, ampliando una gamma senza latticini che già comprendeva Almande. A ottobre Diageo ha inoltre

avviato una nuova campagna pubblicitaria per Baileys sui canali digitali e social, legata alle festività.

Al di fuori dei primi 10 marchi per volume, St-Germain è diventato uno dei casi di crescita più rilevanti del segmento. Secondo il rapporto, il liquore ai fiori di sambuco di Bacardi è balzato del 43%, raggiungendo 256.000 casse nel 2025, grazie anche alla popolarità dell'Hugo Spritz. Disaronno, con 345.000 casse negli Stati Uniti, ha rinnovato il packaging con una bottiglia più alta e leggera e colori aggiornati per l'etichetta, mantenendo volumi superiori ai livelli pre-pandemia.

Per produttori, distributori e rivenditori del settore delle bevande, i dati indicano dove la domanda dei consumatori continua a crescere, anche mentre il mercato più ampio dei distillati rallenta. I marchi legati a cocktail e occasioni di consumo specifici sembrano raccogliere i risultati migliori: un andamento che nei prossimi mesi potrebbe influire sull'assortimento, sullo spazio a scaffale e sugli investimenti promozionali per i liquori e le altre categorie di bevande alcoliche che competono per le stesse occasioni.