vinetur

A ottobre migliorano le vendite per 19 dei 25 principali fornitori di birra

I risultati indicano una ripresa della domanda di birra nei punti vendita statunitensi dopo il rallentamento di settembre

giovedì 26 novembre 2026



A ottobre le vendite di birra nei punti vendita statunitensi sono cresciute e la maggior parte dei principali fornitori ha registrato un andamento migliore rispetto a settembre, secondo quanto riportato da Brewbound sulla base dei dati Circana’s IRI Market

Advantage+.

Secondo il report, 19 dei 25 principali fornitori di birra hanno registrato a ottobre un andamento delle vendite migliore rispetto al mese precedente. Il documento ha inoltre rilevato un aumento complessivo delle vendite di birra nel corso del mese, segnale di un miglioramento più ampio del comparto dopo settembre.

Brewbound ha descritto i risultati di ottobre come un segnale del fatto che birrifici e altri fornitori di birra si stanno adattando ai cambiamenti della domanda dei consumatori e alle normali variazioni stagionali che incidono sul settore. I dati, così come riassunti nel report, suggeriscono che i progressi non si sono limitati a un gruppo ristretto di aziende, ma hanno interessato gran parte dei principali fornitori.

Il dato è rilevante anche al di là del comparto della birra, poiché il mercato statunitense della birra è uno dei maggiori segmenti del settore delle bevande nel Paese e spesso rappresenta un indicatore anticipatore della domanda più ampia di alcolici nei punti vendita. Un ottobre più positivo può aiutare produttori, importatori e distributori a valutare le abitudini di spesa dei consumatori mentre pianificano produzione, spedizioni e promozioni per i mesi successivi.

Nel riepilogo disponibile tramite Brewbound, il report non ha fornito dati in valore o volumi in casse, ma la direzione della tendenza era chiara. Oltre tre quarti dei 25 principali fornitori hanno registrato un miglioramento rispetto a settembre, segnale che a ottobre il contesto di vendita è stato più favorevole per molte delle maggiori aziende del comparto.

Secondo Brewbound, il miglioramento è riconducibile a diversi fattori, tra cui il lancio di nuovi prodotti, le iniziative di marketing e le differenze della domanda tra le varie aree geografiche. Questo insieme di elementi indica che il mercato continua a evolversi a livello locale e di singolo marchio, anche quando il quadro nazionale migliora.

A ottobre le nuove referenze possono avere un ruolo importante, mentre i birrifici ampliano le gamme autunnali e mettono alla prova prodotti inediti in relazione alle diverse occasioni di consumo. Anche il marketing può incidere in misura significativa in questo periodo, quando la stagione del football, gli incontri conviviali e l’abbassamento

delle temperature spesso modificano i luoghi e i prodotti scelti dai consumatori. Restano importanti anche le differenze regionali: un mese positivo in una parte del Paese non sempre corrisponde a condizioni analoghe altrove.

I risultati di ottobre suggeriscono inoltre che le performance dei fornitori restano abbastanza disomogenee da rendere essenziale un monitoraggio attento. Se 19 fornitori hanno registrato un miglioramento, significa comunque che sei dei 25 principali non hanno mostrato un andamento migliore rispetto a settembre. Per birrifici, grossisti e rivenditori, questa divergenza sottolinea quanto il mercato resti competitivo, anche in un mese di crescita complessiva.

Per il settore delle bevande, i dati possono offrire indicazioni utili sul comportamento dei consumatori nei punti vendita. Se le vendite di birra aumentano e, contemporaneamente, migliorano i risultati di un numero maggiore di grandi fornitori, anche le aziende di categorie affini, come vino, spirits e bevande ready-to-drink, potrebbero osservare eventuali segnali di una maggiore propensione alla spesa o di una più forte risposta alle promozioni. Ciò non dimostra che il mercato degli alcolici nel suo complesso si stia muovendo nella stessa direzione, ma può contribuire a definire le aspettative.

Brewbound ha affermato che i risultati evidenziano l’importanza di monitorare da vicino le performance dei fornitori per comprendere i cambiamenti del mercato. Questo tipo di analisi è diventato più importante, mentre i birrifici devono confrontarsi con l’evoluzione della fedeltà ai marchi, l’innovazione di prodotto, la pressione sui prezzi e le differenze regionali della domanda.

Il report ha inoltre sottolineato che i risultati di ottobre dovrebbero spingere gli operatori del settore a fare maggiore affidamento sull’analisi dei dati nelle decisioni relative al posizionamento sul mercato. In concreto, ciò può influire sulla distribuzione delle scorte, sulla programmazione delle promozioni, sui prodotti da mettere in evidenza e sulle aree in cui individuare opportunità di crescita.

Il miglioramento di ottobre non chiarisce quale sarà l’andamento per il resto dell’anno, ma offre un dato più incoraggiante per un comparto che ha dovuto fare i conti con l’evoluzione delle preferenze dei consumatori e una concorrenza intensa. Per i grandi

fornitori di birra, il mese ha dimostrato che negli Stati Uniti le vendite nei punti vendita possono ancora crescere; per il più ampio settore delle bevande, ha fornito un ulteriore indicatore della possibile direzione della domanda.