vinetur

Продажи безалкогольного вина в рознице США выросли на 17%

По данным Impact Databank, продажи в натуральном выражении выросли на 12%: категория растет двузначными темпами, хотя ее доля на рынке пока меньше 1%

пятница, 13 ноября 2026 г.



Продажи безалкогольного вина в розничных каналах США продолжили расти, несмотря на сохраняющееся давление на винный рынок в целом, следует из данных Impact Databank, опубликованных в четверг, 12 ноября.

За 52 недели, завершившиеся 3 октября, продажи безалкогольных вин в каналах NielsenIQ выросли на 12% в натуральном выражении и на 17% в денежном, сообщила Impact Databank. На эту категорию по-прежнему приходится менее 1% всего винного рынка США, однако уже несколько лет она демонстрирует устойчивый двузначный рост.

По данным Impact Databank, продолжает расширяться и сегмент низкокалорийных вин. В 2025 году его объем превысил 3 млн кейсов, а рост был двузначным. Вместе с брендами безалкогольных вин и винными коктейлями этот сегмент стал одним из самых динамично развивающихся направлений винного бизнеса. Эти результаты примечательны тем, что указывают на часть рынка, где потребители продолжают тратить деньги, хотя спрос на многие традиционные винные бренды снижается.

Эта тенденция, вероятно, затронет весь рынок напитков, а не только винодельни: дистрибьюторам и розничным сетям предстоит решать, куда направлять запасы и средства на маркетинг. Поставщики, уже работающие с вином, пивом и другими напитками, все чаще рассматривают умеренное потребление, низкокалорийную продукцию и безалкогольные варианты как стратегию развития всего ассортимента, а не как узкую нишу в винной отрасли.

По данным Impact Databank, Fre компании Trinchero остается ведущим брендом деалкоголизированного вина в США. Бренд Seaglass той же компании также набирает популярность после выхода в сегмент безалкогольных напитков в 2024 году. В категории игристых вин лидирует Mionetto Prosecco среди брендов с удаленным алкоголем; в том же портфеле находится Freixenet Cava.

Отдельный рейтинг брендов Impact Databank, составленный на основе данных Circana за 52 недели по 4 октября, показывает, насколько по-прежнему сконцентрирована эта категория. В 2025 году Fre возглавил сегмент деалкоголизированных вин: объем продаж в США составил 451 000 кейсов по 9 литров, а розничные продажи в натуральном выражении выросли на 5,2%. Далее следуют Giesen 0% — 131 000 кейсов и рост розничных продаж в натуральном выражении на 15,8% — и Ariel — 71 000 кейсов и рост на 12,7%. Объем продаж

Seaglass был меньше — 50 000 кейсов, — но рост достиг 94,3%; Stella Rosa прибавила 54,7%, до 45 000 кейсов.

В сегменте низкокалорийных вин первое место занял Bota Box Breeze компании Delicato: по данным той же выборки, в 2025 году объем продаж в США составил 980 000 кейсов по 9 литров. Avaline, выпускающая органические вина, подходящие для веганов, стала самым быстрорастущим крупным брендом группы: розничные продажи в натуральном выражении выросли на 40,5%, до 229 000 кейсов. Рост также показали Kim Crawford Illuminate — на 10,7%, Liquid Light — на 8,9%, Matua Lighter — на 11,8% и Decoy Featherweight — на 27,7%.

Крупные компании, работающие на рынке напитков, расширяют присутствие в этой категории. В 2026 году Constellation Brands укрепила позиции в сегменте напитков с более привлекательным составом, приобретя Hop Wtr — бренд безалкогольной газированной воды. В ассортимент компании уже входили Kim Crawford Illuminate — более легкое вино из Новой Зеландии, — а также деалкоголизированные версии пива Corona и Modelo Chelada. Этот шаг показывает, как крупные производители напитков связывают тенденцию к умеренному потреблению вина с соседними категориями безалкогольной продукции.

Новозеландская компания Giesen стала одним из самых быстрорастущих игроков в этом сегменте. По данным Impact Databank, с 2022 года объем продаж Giesen 0% вырос более чем в четыре раза. В 2026 году бренд выпустил линейку Spritz в вариантах Rosé и Sauvignon Blanc: напитки представлены в бутылках объемом 750 мл и банках объемом 250 мл. Компания ориентирует линейку на поколение Z, но она также привлекает миллениалов и бэби-бумеров, которые в отдельных случаях стремятся пить меньше.

Другие поставщики также экспериментируют с новыми форматами и позиционированием. В 2026 году калифорнийская O’Neill Vintners выпустила Fitvine Free, назвав его функциональным безалкогольным вином с электролитами и адаптогенами. Ранее Fitvine был одним из самых продаваемых брендов легких вин, предлагая продукцию без сахара и глютена. Летом 2026 года Avaline

расширила присутствие в крупных розничных сетях, включая Kroger, Target и Whole Foods, а также активнее вышла в заведения, где напитки употребляют на месте, особенно в отели.

В последнее время на рынок деалкоголизированных вин вышли несколько компаний с давней историей в виноделии. Среди новинок — California Sauvignon Blanc от Ariel, принадлежащего J. Lohr, примерно за $13 за бутылку объемом 750 мл; Invivo X, SJP 0% из Новой Зеландии от Palm Bay — примерно за $15; а также два итальянских бренда от Frederick Wildman: Riunite Zero Red примерно за $10 и Maschio Zero White примерно за $13. La Marca компании Gallo тоже выпустила безалкогольное игристое вино, а Foley Family Wines & Spirits представила игристый напиток без алкоголя при поддержке Элтона Джона. Он будет конкурировать в верхнем ценовом сегменте с French Bloom — брендом безалкогольного игристого вина, 30% которого принадлежит Моёт Hennessy.