

Birra, vino, distillati in USA: crescono i volumi calano i valori

scritto da Emanuele Fiorio | 15 Maggio 2020



[Nielsen](#) ha preso in esame sette settimane (dal 7 marzo al 18 aprile 2020) in cui l'emergenza coronavirus ha avuto un forte impatto sul comportamento dei consumatori statunitensi, registrando diversi dati sulla **variazione delle vendite** per quanto riguarda **3 categorie**:

- Birra/ bevande alcoliche aromatizzate (FMB) / sidro
- Vino
- Distillati.

Danny Brager, vicepresidente senior di Nielsen per le bevande alcoliche, in relazione ai risultati ha commentato: “sebbene le settimane del 14 e 21 marzo (in cui i consumatori sono corsi a fare scorte) e del 28 marzo (in cui si è verificato un

ridimensionamento di questo processo) abbiano registrato andamenti molto altalenanti tra una settimana e l'altra, da allora **i livelli di vendita settimana dopo settimana sono stati molto più consistenti**, come dimostra l'ultima settimana che si è conclusa il 18 aprile 2020. Forse vedremo un rallentamento o un'inversione di tendenza nei mesi a venire, ma per ora i consumatori stanno scegliendo di acquistare a **prezzi più bassi nei negozi e online**".

La crescita di **birra/ bevande alcoliche aromatizzate (FMB) / sidro è stata del +12,3%** (-0,9% nella settimana dal 13 al 18 aprile 2020). La **birra** in particolare è cresciuta del **+4,6%**. Gli **hard seltzer** rappresentano l'8% della categoria, e sono cresciuti del **+288%** rispetto al 2019. Hanno contribuito per oltre il 50% alla crescita della categoria per la settimana che si è conclusa il 18 aprile ed hanno rappresentato 8 dei primi 10 brand in crescita (Michelob Ultra e Modelo Especial sono stati gli unici 2 non-seltzers nella classifica).

Le vendite di **vino** in Nielsen hanno registrato una crescita del **+14,1%** nella settimana dal 13 al 18 aprile 2020 rispetto ad un anno fa, ma sono diminuite del **-3,3%** rispetto alla settimana precedente.

Dal 7 marzo 2020 i segmenti che hanno registrato il maggior incremento in termini di crescita sono stati le casse da 1,5L e 3L, così come le bottiglie da 750 ml vendute nella fascia di prezzo tra gli 11-15 ed i 20-25 dollari.

Esaminando le spedizioni di vino Direct to Consumer (DtC) relative a marzo 2020 si rileva che **il volume è cresciuto più velocemente del valore, poiché il prezzo medio per bottiglia è sceso rispetto a marzo 2019**.

In California, i vini di Sonoma e della Central Coast hanno visto aumenti a due cifre rispetto agli aumenti ad una sola cifra dei vini di Napa Valley. Il **prezzo medio delle bottiglie di Napa è sceso di quasi 6 dollari** rispetto all'anno scorso.

Le piccole cantine (quelle tra 5k e 50k casse all'anno) hanno registrato i maggiori incrementi sia in termini percentuali

che assoluti (marzo 2020 vs. marzo 2019) rispetto alle cantine più grandi e anche a quelle di dimensioni inferiori ai 5k.

Le vendite di **distillati** hanno registrato una crescita del **+27,4%** nei canali off-premise, superiore rispetto alle altre categorie di alcolici.

Nel periodo Covid-19 (dal 7 marzo al 18 aprile), i segmenti che hanno registrato il maggior incremento di crescita rispetto all'intero anno sono stati i formati da 1,75L e le lattine che crescono a tre cifre.

I cocktail RTD (ready to drink), la tequila e il gin sono i primi 3, cordiali e whisky americano appena dietro. Il gin potrebbe rivelarsi una sorpresa, ma anche i miscelatori come l'acqua tonica stanno avendo un boom sugli scaffali.

Alcune tipologie di cordiali, tra cui caffè, creme, miscele di cognac, amaretti, aperitivi e altre specialità stanno vendendo eccezionalmente bene, poiché i consumatori stanno probabilmente provando diversi tipi di bevande miste con cui "correggere" i loro caffè serali.

Il **Cognac** rispetto a un anno fa **continua a rafforzarsi** con un aumento sia della percentuale di acquisto che della spesa media.