Paola Ligabue Consulting

Notizie sul mercato americano delle bevande e degli alimentari

Bevevano i nostri padri

Nuove linee guida della Food and Drug Administration

Calcio e vino: I vini di Neymar

La differenza tra le aziende vinicole di successo e le altre

La Corte Suprema degli USA dà ragione alla Bayer

Gli alcolici e il campionato mondiale di calcio

Accordo tra la Federal Trade Commission e Southern Glazer's Wine & Spirit

La situazione sull'eliminazione dei coloranti artificiali negli alimenti

Presentazione del nostro partner QR srl

Bevevano i nostri padri

Fino a poco tempo fa, l'industria degli alcolici poteva contare su un principio consolidato: la gente ama bere sia nei periodi favorevoli che in quelli difficili. Oggi, però, quel principio deve fare i conti con una realtà che invita alla sobrietà: si beve di meno. Il leggendario alambicco della Jim Beam, capace di sfornare una botte di whiskey ogni 93 secondi, è fermo da gennaio. Il solo Kentucky, riferisce la Kentucky Distillers' Association, "ha in giacenza circa 16,1 milioni di botti di bourbon". Quanto ne sarebbero delusi i nostri antenati. Così scrive Victorino Matus nella sua recensione del libro "Cocked and Boozy: An Intoxicating History of the American Revolution" di Brooke Barbier.

Mentre l'americano medio di oggi consuma 2,48 galloni di alcol all'anno (pari a 9,4 litri), la generazione dei Padri Fondatori ne beveva 3,7 galloni (14 litri) sotto forma di superalcolici, senza contare birra e sidro.

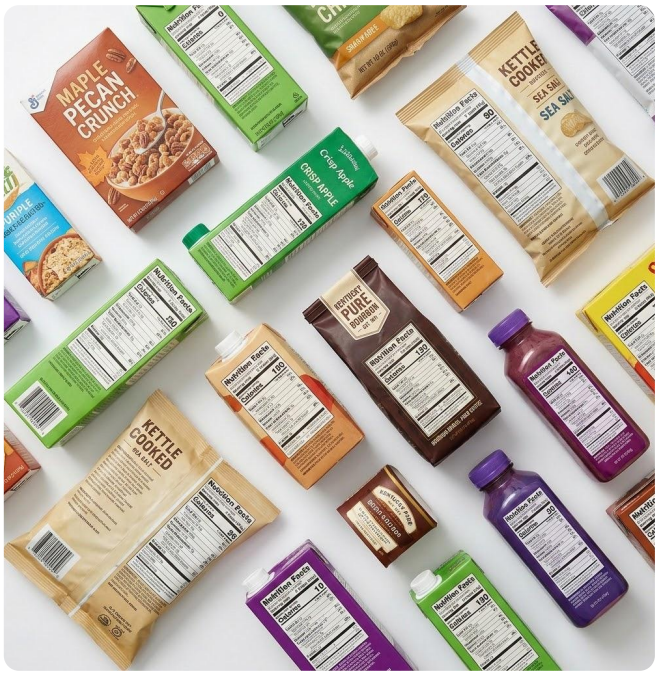
L'alcol giocò un ruolo fondamentale nel far guadagnare all'America un alleato di cui aveva estremo bisogno. E chi meglio del dottor Franklin avrebbe potuto mettere a segno questo colpo diplomatico? A Parigi, "Franklin non perse tempo: ingaggiò un cuoco francese e rifornì la sua cantina con oltre mille bottiglie di vino". Sebbene partecipare ai ricevimenti mondani con i francesi non fosse paragonabile al sopravvivere all'inverno di Valley Forge, l'attività ebbe comunque ripercussioni su Franklin, che soffriva di dolori atroci a causa della gotta. "La sua vita sociale avrà anche messo a dura prova il suo fisico", osserva la signora Barbier, "ma gli sforzi furono ripagati quando, nel 1778, la Francia decise di inviare aiuti militari agli Stati Uniti".

Dopo la vittoria americana a Fort Ticonderoga, si racconta che Ethan Allen e i suoi Green Mountain Boys si impadronirono di 90 galloni di rum, "di cui vi era grande bisogno per ristorare le truppe esauste". Dopo la ritirata britannica da Philadelphia, 270 coloni si recarono alla City Tavern e consumarono "522 bottiglie di Madeira e 24 di Porto", oltre a 116 ciotole di punch. Al termine del suo mandato di otto anni, il presidente Thomas Jefferson aveva accumulato una scorta di 20.000 bottiglie di vino europeo. La produzione di whiskey nella tenuta di Mount Vernon, appartenuta a George Washington, passò da "600 galloni nel 1797 a 4.400 galloni l'anno successivo e a quasi 11.000 nel 1799".

Nuove linee guida della Food and Drug Administration

Il 29 giugno, l'Human Foods Program (HFP) della FDA ha pubblicato il suo programma aggiornato di linee guida per il 2026, che include possibili nuovi argomenti per documenti di orientamento o revisioni di documenti esistenti attualmente al vaglio dell'HFP. L'HFP prosegue sulla scia degli importanti risultati ottenuti lo scorso anno, ispirandosi ai tre pilastri basati sul rischio che costituiscono il fulcro del lavoro. Gli argomenti in programma rappresentano una priorità che l'Human Foods Program dell'agenzia intende completare nel corso del 2026. Tra i nuovi argomenti figurano:

* Etichettatura del contenuto di caffeina in alimenti e bevande: bozza di linea guida per l'industria
* Domande e risposte sull'uso dell'indicazione "Healthy" (sano/salutare)
* Necessità di utilizzare categorie di prodotti alimentari nella registrazione degli stabilimenti alimentari e aggiornamenti alle categorie di prodotti alimentari: linea guida per l'industria



L'elenco completo è disponibile alla pagina "Foods Program Guidance Under Development" (Linee guida del programma alimentare in fase di sviluppo). La FDA potrà inoltre emettere ulteriori linee guida non incluse nell'elenco.
I documenti di orientamento rappresentano l'attuale posizione della FDA su uno specifico argomento; le informazioni in essi contenute possono essere di supporto alle parti interessate. Tali documenti non impongono requisiti legalmente vincolanti. È possibile inviare commenti pubblici sull'elenco degli argomenti relativi alle linee guida per alimenti e cosmetici – inclusi suggerimenti su alternative o raccomandazioni in merito agli argomenti presi in considerazione dalla FDA – tramite il sito www.regulations.gov, utilizzando il riferimento al docket FDA-2022-D-2088.

Calcio e vino: I vini di Neymar

La stella del calcio brasiliano Neymar Jr si è unita alla ormai lunga lista di calciatori che vantano una propria etichetta vinicola, lanciando il marchio "Le Prince" insieme al padre e manager Neymar Sr.

La linea Le Prince comprende vini provenienti da diversi paesi e regioni vinicole, tra cui Spagna, Francia e Cile. Secondo la testata brasiliana CPG, la gamma di vini di Neymar è stata realizzata in collaborazione con la holding JLX e punta a vendere 4 milioni di bottiglie nei primi 12 mesi.
Secondo diverse fonti, la selezione dei vini è avvenuta con il supporto del brasiliano Dirceu Vianna Junior, il primo Master of Wine del Paese.

La differenza tra le aziende vinicole di successo e le altre

Secondo una survey di Forbes Magazine i dati raccontano due storie molto diverse sul vino americano.

Le aziende vinicole con le migliori performance hanno registrato una crescita del fatturato del 22% nel 2025, mentre quelle con i risultati peggiori hanno subito un calo del 13%; l'azienda mediana, invece, non ha registrato alcuna crescita. Questo divario – e le ragioni alla sua base – è al centro del *Direct-to-Consumer Wine Report* 2026 della Silicon Valley Bank, pubblicato questo mese dalla divisione vinicola dell'istituto, ora parte di First Citizens Bank.

Basandosi sulle risposte di 450 aziende vinicole a conduzione familiare, il quindicesimo rapporto annuale giunge a una conclusione ponderata: il peggio della flessione potrebbe essere ormai alle spalle del settore, ma la stabilizzazione non equivale a una ripresa.

Il rapporto è consultabile cliccando su: https://cdn.bfldr.com/UG5EBX6L/at/vpngwr9pkbmfv5ntnn7bkq9r/2026-DtC-Wine-Shipping-Report.pdf

La Corte Suprema degli USA dà ragione alla Bayer

Giovedì scorso, con una sentenza approvata a maggioranza di 7 voti contro 2, la Corte Suprema ha stabilito che Bayer non può essere citata in giudizio sulla base di normative statali per non aver avvertito dei rischi di cancro associati al suo erbicida Roundup e al principio attivo glifosato.

La decisione rappresenta un'importante vittoria per Bayer e per l'amministrazione Trump, la quale sosteneva che le azioni legali basate sulla mancata segnalazione dei rischi fossero precluse da una legge federale che disciplina i pesticidi. Si tratta, al contempo, di un duro colpo per il movimento "Make America Healthy Again", che ha contribuito al ritorno di Trump alla Casa Bianca nelle elezioni del 2024 ma si è sentito tradito dalla scelta dell'amministrazione di sostenere l'uso del glifosato: l'erbicida più diffuso in agricoltura, da tempo al centro di accuse che lo collegano all'insorgenza di tumori.

Gli alcolici e il campionato mondiale di calcio

Un grande evento sportivo di portata mondiale dovrebbe rappresentare una festa per l'industria degli alcolici, con le persone che affollano i bar o organizzano ritrovi a casa per seguirlo. Anheuser-Busch InBev, Heineken, Molson Coors e il colosso dei superalcolici Diageo stanno investendo ingenti risorse in questo spettacolo calcistico.

Tuttavia, il torneo si svolge prevalentemente negli Stati Uniti, dove il consumo di alcol è in netto calo. "Il settore degli alcolici negli Stati Uniti è in difficoltà più che in quasi ogni altra parte del mondo", ha affermato Bourcard Nesin, analista del settore bevande presso Rabobank. "Stiamo assistendo a cali drastici dei consumi che non si riscontrano altrove".

Un accordo pionieristico con la FIFA potrebbe rivelarsi utile: Diageo è stata nominata primo sponsor di sempre della Coppa del Mondo nel settore dei superalcolici; ciò significa che negli stadi e nei fan festival ufficiali verranno serviti esclusivamente i suoi marchi. È inoltre la prima volta che durante il torneo vengono venduti alcolici di questa categoria. (I termini finanziari dell'accordo non sono stati resi noti.)

Secondo Rick Pineda, vicepresidente di Diageo per le partnership sportive globali, la tequila e il whisky riscuotono un enorme successo tra gli appassionati di calcio. Negli Stati Uniti, l'azienda concentrerà le proprie attività di marketing sui marchi Buchanan's Scotch Whisky, Don Julio 1942 e tequila Casamigos.

I grandi produttori di birra stanno investendo milioni in sponsorizzazioni e promozioni nella speranza di incrementare le vendite. Il settore è sotto pressione da anni, con volumi che nel 2025 subiranno un ulteriore calo del 6%, secondo l'associazione di categoria IWSR. I consumatori stanno riducendo le spese non essenziali – il che incide sulle vendite di alcolici – e si stanno orientando verso i superalcolici o le bevande pronte da bere. Tuttavia, ha osservato Nesin, la birra è più comunemente associata allo sport; di conseguenza, la Coppa del Mondo rappresenterà una spinta maggiore per questo segmento rispetto ai superalcolici. "È come un Super Bowl che dura un mese", ha affermato.

Anheuser-Busch, sponsor ufficiale della Coppa del Mondo per la categoria birra, detiene questo accordo da oltre 40 anni. Quest'anno, però, invece di puntare sul marchio Budweiser, sarà Michelob Ultra a comparire sul trofeo MVP assegnato al miglior giocatore al termine di ogni partita. Questa birra a basso contenuto di carboidrati rappresenta un punto di forza per l'azienda, essendo diventata di recente il marchio più venduto.

Accordo tra la Federal Trade Commission e Southern Glazer's Wine & Spirit

Southern Glazer's Wine & Spirit (uno dei più grandi distributori di vini e alcolici negli Stati Uniti) e la Federal Trade Commission (FTC) si sono avvicinate a un accordo per chiudere la causa intentata dall'autorità di regolamentazione statunitense, che accusava il distributore di discriminazione di prezzo. Nel dicembre 2024, la FTC aveva avviato un'azione legale accusando Southern Glazer's di "privare" i rivenditori piccoli e indipendenti di sconti e rimborsi. Secondo quanto riportato da Bloomberg, le parti hanno raggiunto un "accordo di massima" per risolvere la controversia.

Nella sua causa, la FTC sosteneva che Southern Glazer's avesse violato il Robinson-Patman Act, legge in base alla quale è "generalmente illegale" per i venditori applicare "prezzi più alti ai rivenditori svantaggiati che acquistano prodotti simili". "Southern ha messo in atto pratiche anticoncorrenziali e illegali di discriminazione di prezzo", aveva dichiarato l'ente all'epoca dei fatti.

In risposta all'iniziativa, Southern Glazer's aveva dichiarato di "contestare fermamente le accuse della FTC" e di voler "difendersi con vigore nel corso della causa". Il distributore di vini e alcolici aveva inoltre definito il Robinson-Patman Act come "una legge federale antitrust risalente all'epoca della Grande Depressione, rimasta inapplicata per decenni a causa delle preoccupazioni bipartisan secondo cui la sua applicazione porterebbe a prezzi più alti per i consumatori".

La situazione sull'eliminazione dei coloranti artificiali negli alimenti

Colorante Rosso n. 3: All'inizio del 2025, la FDA ha vietato a livello federale questo colorante, ampiamente utilizzato nei prodotti alimentari, a causa del suo legame con l'insorgenza di tumori emerso in studi su animali; le scadenze per la sua graduale eliminazione dal settore alimentare sono fissate al 2027.

Eliminazione graduale in corso: La FDA e il Dipartimento della Salute e dei Servizi Umani (HHS) stanno sollecitando i principali produttori a sostituire i coloranti sintetici derivati dal petrolio (come il Rosso 40, il Giallo 5 e il Giallo 6) con alternative naturali, quali l'estratto di barbabietola o la spirulina.

Impegni aziendali: Grandi marchi, tra cui Nestlé USA, Tyson Foods e Target, hanno già eliminato completamente – o stanno attivamente eliminando – i coloranti sintetici certificati FD&C dalle loro linee di prodotti negli Stati Uniti.

Divieti e normative statali – California: In seguito all'importante *California Food Safety Act* (Legge sulla sicurezza alimentare della California), lo Stato ha ufficialmente vietato il Rosso n. 3 e diversi altri additivi. Una legge successiva vieta inoltre la somministrazione di sei coloranti alimentari sintetici (Rosso 40, Giallo 5, Giallo 6, Blu 1, Blu 2 e Verde 3) nelle scuole pubbliche.

Altri Stati: Oltre 25 Stati (tra cui Arizona, Virginia e West Virginia) stanno valutando o hanno già approvato leggi che limitano fortemente o vietano l'uso di coloranti alimentari sintetici nelle scuole.

PRESENTAZIONE DEL NOSTRO PARTNER QR Srl

Per le aziende del comparto Food & Wine, la sicurezza alimentare e la conformità agli standard non sono semplici obblighi burocratici, ma le vere chiavi per accedere alla Grande Distribuzione (GDO) e posizionarsi con successo sui mercati esteri.
Per supportarvi in questo percorso di crescita, vi presentiamo il nostro partner QR Srl.
Il loro team di professionisti affianca le imprese agroalimentari con un approccio concreto e su misura, intervenendo direttamente su:

Manuale HACCP: La base imprescindibile per l'autocontrollo alimentare. QR Srl vi aiuta a progettare e mantenere un piano di igiene impeccabile, azzerando i rischi di contaminazione e garantendo la totale conformità alle normative per tutelare il vostro brand.
Standard IFS Food e FSSC 22000: riconosciuti dal GFSI (Global Food Safety Initiative), richiesti dalla Grande Distribuzione Organizzata (GDO) e dai mercati globali per garantire la piena sicurezza degli alimenti.
UNI EN ISO 22000:2018: La norma quadro globale che definisce i requisiti per la gestione della sicurezza alimentare lungo tutta la filiera. Permette di mappare i rischi e ottimizzare i flussi di lavoro, offrendo una garanzia scientifica a partner e consumatori.
UNI EN ISO 9001:2015: Lo standard internazionale che ottimizza l'efficienza organizzativa di tutta l'azienda. Consente di mappare i processi, ridurre gli sprechi e orientare la struttura verso il miglioramento continuo e la massima soddisfazione del cliente.
Grazie al metodo di QR Srl – che copre tutte le varie fasi dalla dalla gap analysis iniziale fino all'audit di certificazione e al mantenimento nel tempo – si può trasformare la compliance normativa in un reale vantaggio competitivo.
commerciali-qr@qrsrl.it - **www.qrsrl.it**

Lo studio D. Grosser and Associates, Ltd, fondato nel 1984, fornisce consulenza alle aziende che operano negli Stati Uniti, conduce ricerche di mercato e studi di fattibilità, organizza seminari sul mercato U.S.A. per aziende, consorzi e associazioni di categoria, e pubblica newsletter settoriali per i clienti.

In Italia, lo Studio Grosser è rappresentato da: Paola Ligabue Consulting – 42121 Reggio Emilia. Tel. +39 348 2218493 e-mail paola@paolaligabueconsulting.eu. Donato Grosser, tel. 001 212 661-0435, fax 001 212 661-0422, grosserconsulting@gmail.com