Gli Stati Uniti, primo mercato del vino ma con regole da Proibizionismo: l’ora del cambiamento

scritto da Fabio Piccoli | 13 Novembre 2025

Il mercato del vino statunitense, il più grande al mondo, rimane vincolato dal Three-Tier System post-Proibizionismo. Un recente sondaggio rivela che oltre la metà degli operatori americani chiede di superare questo sistema che obbliga ogni bottiglia a passare per intermediari, danneggiando particolarmente i produttori italiani e impedendo la vendita diretta.

Gli Stati Uniti sono il più grande consumatore mondiale di vino, con oltre **33 milioni di ettolitri** l’anno. Eppure, nonostante l’enorme potenziale, il mercato americano resta

rigidamente imbrigliato in un sistema distributivo vecchio di quasi un secolo: il **“Three-Tier System”**, eredità diretta del periodo post-Proibizionismo.

In base a questo modello, i produttori possono vendere **solo ai grossisti**, che a loro volta possono vendere **solo ai rivenditori**. Nessuna vendita diretta, nessuna flessibilità: un meccanismo che obbliga ogni bottiglia a passare per un intermediario, gonfiando i costi e riducendo la libertà commerciale.

Il sondaggio che scuote l’industria

Ma questo vincolo commerciale così rigido non piace solo ai Paesi esportatori di vino negli Usa (Italia in primis) ma anche agli stessi americani.

Nel suo recente articolo *“Survey Says… No More Three-Tier System”* (Fermentation, 24 ottobre 2025), **Tom Wark**, tra le voci più autorevoli del wine business americano, ha diffuso i risultati di un sondaggio tra oltre 200 operatori del settore.

Il verdetto è netto: **più del 50%** ritiene che la riforma più urgente sia **consentire ai produttori di auto-distribuire** i propri vini, sia all’interno che fuori dal proprio Stato. Una presa di posizione che equivale a un atto d’accusa contro il sistema dei tre livelli, definito da Wark come *“il battito cardiaco di un sistema ormai malato”.*

Un’anomalia che danneggia molto il vino italiano

Per il vino italiano, che negli Stati Uniti trova il suo **primo mercato di esportazione**, queste regole rappresentano una **barriera strutturale** tanto pesante quanto i **dazi introdotti da Donald Trump**, che già oggi incidono sulla competitività dei prodotti europei.
In un contesto in cui l’e-commerce e la vendita diretta sono

ormai la norma, obbligare i produttori a dipendere da una rete di distributori locali significa **limitare la libertà d'impresa** e ostacolare l'accesso dei piccoli e medi produttori – proprio quelli che incarnano la ricchezza del vino italiano.

Segnali di cambiamento (ma troppo lenti)

Alcuni Stati americani hanno iniziato a **scalfire il monopolio dei distributori**: Washington, Iowa, Oregon e Illinois hanno introdotto eccezioni che permettono ai produttori di vendere direttamente ai rivenditori, anche se con forti limitazioni.
Tuttavia, come ricorda Wark, solo **14 Stati** su 50 consentono una forma, spesso parziale, di auto-distribuzione, e quasi sempre con **vincoli punitivi**: limiti quantitativi, restrizioni logistiche e burocrazia opprimente..

Un'occasione per l'Italia: allearsi per la riforma

La battaglia per liberalizzare la distribuzione del vino negli Stati Uniti non riguarda solo l'industria americana. È un tema **strategico anche per il vino europeo**, e in particolare per quello italiano, che esporta negli USA circa **2 miliardi di euro** l'anno.
Sostenere le richieste di riforma avanzate dagli stessi operatori statunitensi significa **favorire un mercato più aperto, competitivo e trasparente**, capace di valorizzare la qualità e non solo la forza contrattuale dei grandi gruppi distributivi.

Superare il passato per liberare il futuro del vino

Le norme nate negli anni '30 per arginare gli abusi del Proibizionismo oggi rappresentano **una distorsione economica** che penalizza produttori e consumatori. Come sottolinea Tom Wark, "*il mandato del middleman deve finire: è un vincolo*

ingiustificato in un’economia moderna”.

Per l’Italia, che punta su autenticità, territori e piccoli produttori, **la liberalizzazione del mercato americano** non è solo una questione commerciale: è la condizione per restare protagonista nella scena mondiale del vino.

Saremo anche degli illusi a sognare un mercato del vino libero negli Usa, ma se non si è visionari in epoche come questa si rischia di rimanere imbrigliati per sempre in regole scritte oltre un secolo fa.

Punti chiave

1. **Gli Stati Uniti consumano 33 milioni di ettolitri di vino l’anno** ma mantengono regole distributive anacronistiche.
2. **Oltre il 50% degli operatori americani chiede riforme per consentire l’auto-distribuzione** dei produttori.
3. **Il Three-Tier System penalizza il vino italiano quanto i dazi**, limitando l’accesso dei piccoli produttori.
4. **Solo 14 Stati su 50 permettono forme parziali di auto-distribuzione** con vincoli punitivi.
5. **L’Italia esporta 2 miliardi di euro di vino negli USA** e necessita di un mercato più libero.