

# Accessibilità e valore: il vino che piace agli americani

scritto da Emanuele Fiorio | 17 Novembre 2024



I consumatori statunitensi puntano su vini accessibili e collezionabili, mentre la fascia intermedia perde attrattiva. Prosecco e Sauvignon Blanc dominano, sfidando i classici come Champagne e Cabernet. Tra vendite on-premise in crescita e bollicine di tendenza, il mercato USA mostra cambiamenti veloci e scelte sorprendenti.

L'autunno inizia a spingere gli americani verso vini più caldi e corposi, ma **nel mercato emergono tendenze da monitorare**. In un contesto dove le abitudini stanno mutando, i consumatori statunitensi acquistano bollicine alla portata di tutti, come il Prosecco, e pregiati vini da collezione, Borgogna in primis. La **fascia intermedia tra i 100 e i 150 dollari è in difficoltà**.

Secondo i dati raccolti da CGA's BeverageTrak, la **vendita di vini on-premise ha visto una crescita del 5% a luglio 2024**, rispetto allo stesso mese dell'anno scorso, grazie anche a una crescita del 10% nel valore medio degli scontrini. "Il consumo nei ristoranti è decisamente aumentato" osserva Dave Parker, CEO di Benchmark Wine Group, azienda leader nella vendita di vini rari e pregiati per ristoranti e collezionisti.

Il **canale della vendita diretta (DTC)** mostra un quadro differente. Secondo il report 2024 di SOVOS, il volume delle spedizioni dirette è **calato dell'11% nel primo semestre dell'anno**, mentre il valore delle vendite ha subito solo un lieve calo del 5%, con un prezzo medio per bottiglia che ha toccato i 48,96 dollari, in aumento del 6%. Tra i protagonisti di questa crescita vi sono le grandi cantine con una produzione superiore alle 500.000 casse all'anno, il cui **prezzo medio per bottiglia è aumentato del 14%**, mentre le piccole cantine (meno di 1.000 casse) hanno segnato una crescita del 13%, con una media di prezzo per bottiglia di ben 68,96 dollari, contro i 22,12 delle grandi aziende.

Le sfide del settore si fanno sentire soprattutto per le cantine più piccole, che trovano **sempre più difficile intercettare l'attenzione dei distributori**. "I distributori oggi si concentrano sui marchi che garantiscono volumi, lasciando indietro quelli di fascia premium," afferma Cathy Huyghe, co-fondatrice di Enolytics, società di analisi per il settore beverage. "Alcune cantine non ricevono un ordine da sei mesi o più." Per queste realtà, un marketing strategico e segmentato sul canale DTC rappresenta spesso una risorsa fondamentale.

*Leggi anche – [USA, strategie di mercato: come sfruttare dinamiche di prezzo e stagionalità](#)*

Nel settore delle bollicine, i numeri di vendita negli USA registrano una forte competizione tra lo Champagne e le alternative come Prosecco e Cava. Il **Prosecco**, grazie a un

prezzo accessibile, mantiene una performance stabile, e marchi come **La Marca Prosecco hanno registrato un incremento del 6,7%** delle vendite in valore, collocandosi tra i prodotti più venduti negli Stati Uniti. Al contrario, lo **Champagne ha registrato una contrazione dell'8,2%** nelle vendite, con **LVMH che riporta un crollo del 15%** nella prima metà dell'anno, segnando un'inversione di tendenza dopo il boom registrato negli anni della pandemia.

Come riporta The Drinks Business, tra i vini fermi **il Sauvignon Blanc si distingue per una crescita** nelle vendite off-premise del 3,3%, e in alcune regioni ha sorpassato il Cabernet Sauvignon come varietà principale. "Il Sauvignon Blanc è diventato il nostro vino più venduto," sottolinea Chris Schmid di Prestige Ledroit Distributing Co, con un incremento del 150% rispetto all'anno precedente, segno di un **rinnovato interesse per vini freschi e vibranti**.

Gli acquisti di vino in fasce di prezzo differenti indicano nuove preferenze. Secondo Des Echavarrie, sommelier e proprietario di Scale Wine Group, **la fascia di prezzo tra i 20 e i 50 dollari resta forte**, i vini da investimento tra i 200 e i 400 dollari tengono bene sul mercato, a differenza di quelli che si collocano nella **fascia intermedia tra i 100 e i 150 dollari, sempre più difficili da vendere**.

Nonostante la complessità e la variabilità del mercato, i dati dimostrano un **chiaro interesse degli americani per un vino che sia in grado di combinare accessibilità e valore**, con alcune scelte nuove che si affiancano ai classici. Tra i cambiamenti in atto, resta da vedere come evolverà la situazione in risposta alle mutevoli condizioni economiche e politiche globali, ma di certo il mercato statunitense continua a rappresentare un contesto dinamico e strategico per il vino.

---

## Punti chiave:

1. **Domanda polarizzata:** Forte interesse per i vini tra 20 e 50 dollari e per i vini da investimento tra 200 e 400 dollari, mentre la fascia intermedia (100-150 dollari) è in difficoltà.
2. **Bollincine in primo piano:** Prosecco in crescita e Champagne in calo (-8,2%), con i consumatori che preferiscono bollincine più accessibili.
3. **Vendite on-premise in aumento:** Incremento del 5% delle vendite nei ristoranti, con uno scontrino medio in crescita del 10%.
4. **Canale DTC in calo per volume, ma non per valore:** Il volume delle vendite dirette è diminuito dell'11%, mentre il prezzo medio per bottiglia è aumentato, con i grandi produttori protagonisti.
5. **Sauvignon Blanc al vertice:** Boom delle vendite per il Sauvignon Blanc, che supera in alcune regioni il Cabernet Sauvignon, segnando un cambiamento nei gusti verso vini freschi e vivaci.