

Il “viaggio” amaro di una bottiglia di vino: chi paga davvero il conto dei dazi USA?

scritto da Emanuele Fiorio | 24 Aprile 2026



Chi paga realmente il conto dei dazi doganali? Un recente studio del NBER traccia il viaggio di una bottiglia di vino, svelando come i rincari non colpiscano principalmente i produttori stranieri, ma ricadano pesantemente sui consumatori. Tra markup e tasse a cascata, il prezzo finale lievita oltre il valore del dazio, trasformando la politica commerciale in un costo diretto per i cittadini.

Il dibattito sui dazi doganali è spesso dominato da slogan politici, ma cosa succede quando l'economia teorica incontra la realtà di uno scaffale in un negozio di alcolici?

Per rispondere a questa domanda, un team di cinque studiosi ha pubblicato un recente studio per il **National Bureau of Economic Research (NBER)**, analizzando il percorso di una singola bottiglia di vino importata lungo l'intera catena di approvvigionamento globale.

I risultati offrono una lezione magistrale di economia applicata: i dazi non sono solo una tassa sull'import, ma un **moltiplicatore di costi** che finisce per gravare quasi interamente sul consumatore finale.

L'effetto domino: tasse sulle tasse

Uno degli argomenti cardine a favore dei dazi è che i produttori stranieri, pur di non perdere fette di mercato, riducano i propri prezzi "mangiandosi" il costo della tassa. La ricerca conferma che questo accade, ma solo in minima parte.

Prendiamo una bottiglia di vino che originariamente veniva esportata a **5 dollari**. A seguito dell'introduzione di un **dazio del 25%**, i produttori stranieri hanno effettivamente abbassato il prezzo a **4,74 dollari**, subendo una perdita di **0,26 centesimi** a bottiglia per restare competitivi. Tuttavia, questo sacrificio non salva il portafoglio dei cittadini.

Quando la bottiglia tocca il suolo statunitense, il dazio viene applicato sul prezzo di importazione. In questo scenario, il **governo incassa 1,19 dollari** per ogni bottiglia. Ma il problema sorge nei passaggi successivi: distributori e rivenditori applicano i loro ricarichi percentuali (markup) e le tasse locali non sul prezzo originale, ma sul costo già gonfiato dal dazio.

Il risultato è paradossale:

- Il prezzo finale sullo scaffale, che prima del dazio era di 23 dollari, sale a **24,59 dollari**.
- Il consumatore paga **1,59 dollari in più**, una cifra che

supera ampiamente l'importo stesso del dazio incassato dallo Stato.

- In termini percentuali, i consumatori finiscono per pagare il **134% dell'incremento del dazio**.

Chi vince e chi perde?

L'analisi del NBER è impietosa nel tracciare il bilancio finale dell'operazione. In questa guerra commerciale, i "vincitori" scarseggiano:

1. **I produttori perdono:** costretti a tagliare i margini per non essere tagliati fuori dal mercato (perdono circa **\$0,26**).
2. **Gli importatori perdono:** i volumi e la logistica risentono dei costi più alti (perdono circa **\$0,44**).
3. **I consumatori perdono pesantemente:** pagano il conto finale maggiorato dai ricarichi a cascata (pagano **+\$1,59**).
4. **Il governo incassa:** è l'unico attore a registrare un segno positivo costante (**+\$1,19**).

Una lezione di realismo economico

Lo studio dimostra che i dazi agiscono come una **tassa regressiva occulta**. Anche se l'intento politico è colpire la produzione estera, la struttura frammentata della distribuzione moderna **trasforma ogni dollaro di dazio in una spesa maggiore per le famiglie**.

Come sottolineato dagli autori dello studio – Aaron B. Flaaen, Ali Hortaçsu, Felix Tintelnot, Nicolás Urdaneta e Daniel Xu – la realtà della catena di distribuzione rende possibile che il consumatore paghi integralmente il costo della protezione doganale, anche quando il fornitore straniero tenta di ammortizzarne il colpo.

In definitiva, la prossima volta che si parla di “far pagare le altre nazioni”, varrebbe la pena guardare il cartellino del prezzo al supermercato: **i veri destinatari della fattura, purtroppo, sono i consumatori.**

Punti chiave:

1. I **consumatori finali** pagano mediamente il **134%** dell'incremento del dazio a causa dei ricarichi commerciali applicati lungo la filiera.
2. Nonostante i **produttori stranieri** riducano parzialmente i prezzi per restare competitivi, questo taglio non compensa l'aumento finale sullo scaffale.
3. Il **governo** risulta essere l'unico attore della catena a beneficiare economicamente in modo diretto dall'introduzione dei dazi.
4. I dazi funzionano come una **tassa occulta** che si moltiplica attraverso i markup percentuali di importatori e distributori.
5. L'impatto economico dei dazi **danneggia quasi tutti gli attori** privati, riducendo i margini dei produttori e il potere d'acquisto dei cittadini.