Midterm USA: si apre uno spiraglio sui dazi ma non sarà un ritorno al passato

scritto da Emanuele Fiorio | 29 Novembre 2026



Le elezioni di Midterm negli Stati Uniti riaccendono le speranze di un possibile allentamento dei dazi sugli alcolici importati. Una prospettiva che interessa da vicino il vino europeo e italiano, ma che si inserisce in un mercato attraversato da consumi in calo, prezzi elevati e nuove abitudini di acquisto. Per le cantine si aprono opportunità, ma anche nuove sfide competitive.

Il mercato americano del vino e dei distillati guarda con rinnovato interesse agli sviluppi della politica commerciale statunitense. Le elezioni di metà mandato del 3 novembre scorso, che hanno consegnato ai Democratici il controllo di entrambe le Camere del Congresso, hanno alimentato le

aspettative di un **possibile cambio di passo sui dazi** introdotti dall'amministrazione Trump. Una prospettiva che potrebbe avere conseguenze anche per i produttori europei, alle prese con un mercato strategico ma diventato progressivamente più complesso e costoso da presidiare.

I risultati elettorali hanno immediatamente migliorato il clima sui mercati finanziari, lo dimostra il fatto che, dopo il voto, i titoli di alcuni importanti gruppi del settore delle bevande hanno registrato rialzi superiori al 5%. Tra questi Diageo, il gruppo britannico proprietario di marchi come Guinness e Smirnoff, e Brown-Forman, produttore di Jack Daniel's e Chambord. In rialzo anche le azioni di Anheuser-Busch, Molson Coors, Boston Beer e Constellation Brands.

Il segnale è soprattutto politico e finanziario, non ancora commerciale: gli investitori scommettono sulla possibilità che il nuovo equilibrio parlamentare favorisca un ripensamento delle politiche tariffarie, senza che questo significhi necessariamente una riduzione imminente dei prezzi sugli scaffali.

La guerra commerciale e il caso Canada

Uno degli esempi più evidenti delle tensioni commerciali riguarda il Canada. Dopo l'introduzione dei dazi americani sulle importazioni, Ottawa aveva reagito ritirando numerosi prodotti alcolici statunitensi dai propri canali distributivi. Una decisione che ha penalizzato soprattutto i produttori americani di distillati, privandoli di un mercato fondamentale.

La contrapposizione si è ulteriormente aggravata nel settembre 2026, quando Washington ha disposto il divieto di importazione di determinate bevande alcoliche canadesi, con decorrenza dal 29 settembre. Il provvedimento si è aggiunto a dazi del 50% già applicati a diverse categorie merceologiche interessate dalle misure di ritorsione.

Per l’industria americana degli alcolici, il ripristino di condizioni commerciali più favorevoli con il vicino canadese rappresenta quindi una priorità. Chris Swonger, presidente e CEO del Distilled Spirits Council of the United States (DISCUS), ha ribadito la necessità di riportare il settore a un sistema di scambi senza dazi, il cosiddetto modello *zero-for-zero*, che in passato aveva favorito la crescita del commercio transatlantico.

Dazi sul vino negli Stati Uniti: cosa cambia per l’Europa?

Per i produttori italiani ed europei la questione è particolarmente rilevante. L’accordo commerciale tra Unione europea e Stati Uniti del luglio 2025, successivamente dettagliato nell’agosto dello stesso anno, non ha infatti risolto il problema dei dazi su vino e distillati.

Come confermato dalla Commissione europea e dalle associazioni di settore, le bevande alcoliche non sono state incluse tra le categorie beneficiarie delle specifiche esenzioni tariffarie. Il quadro commerciale ha previsto un tetto del 15% per i dazi americani sulla maggior parte dei prodotti europei, ma vino e distillati sono rimasti esclusi dalle agevolazioni settoriali.

È proprio qui che potrebbe aprirsi una nuova opportunità. **Un eventuale riavvicinamento commerciale tra Washington e Bruxelles potrebbe riportare sul tavolo la questione della liberalizzazione degli scambi**, con benefici potenzialmente importanti per entrambe le sponde dell’Atlantico.

Va tuttavia ricordato che il cambio di maggioranza al Congresso non determina automaticamente una modifica dei dazi: il presidente mantiene rilevanti poteri in materia commerciale e può opporre il veto alle iniziative legislative. La maggioranza democratica potrà esercitare pressione politica e attività di controllo, ma serviranno decisioni concrete dell’amministrazione per modificare il quadro tariffario.

Prezzi più alti e consumi in calo: la doppia pressione sul mercato americano

La partita commerciale si inserisce in un contesto già complicato per l'industria delle bevande alcoliche. **Negli Stati Uniti, infatti, l'aumento dei prezzi si accompagna a un progressivo cambiamento delle abitudini di consumo.**

Secondo Gallup, nel 2025 soltanto il 54% degli adulti americani dichiarava di consumare alcolici, contro il 67% del 2022. Un dato che rappresenta il minimo storico nella serie di rilevazioni dell'istituto, avviata nel 1939. Nell'indagine pubblicata nell'agosto 2026, Gallup ha confermato il 54%, evidenziando la persistenza di questa tendenza.

Anche le modalità di consumo stanno cambiando. Una ricerca condotta da Zappi su 1.000 consumatori statunitensi, pubblicata nel maggio 2026, ha rilevato che il 65% degli adulti beve a casa prima di uscire almeno occasionalmente, proprio per contenere la spesa nei locali. Il fenomeno, tradizionalmente associato ai consumatori più giovani, si sta quindi estendendo a una platea più ampia.

Secondo i dati riportati da *Fast Company*, il prezzo medio di un cocktail negli Stati Uniti ha superato i 13 dollari, mentre un Martini ha raggiunto una media di 18,63 dollari, con un incremento dell'8% rispetto all'anno precedente. Non sorprende, quindi, che anche il formato delle bottiglie stia cambiando: secondo Greg Hughes, CEO di Suntory Global Spirits, **cresce la domanda di bottiglie di piccolo formato, che consentono ai consumatori di gestire meglio il budget destinato agli alcolici.**

Per il vino italiano serve una strategia oltre i dazi

Per le cantine italiane, gli Stati Uniti rimangono un mercato

di primaria importanza, ma sarebbe un errore considerare un’eventuale riduzione dei dazi come la soluzione alle difficoltà attuali.

Il problema americano non è soltanto il costo delle importazioni, ma anche la trasformazione della domanda. Prezzi elevati, maggiore attenzione alla salute, riduzione delle occasioni di consumo e ricerca di nuove modalità di acquisto stanno ridisegnando il mercato.

Se le condizioni commerciali dovessero migliorare, le aziende italiane potrebbero recuperare competitività sul prezzo e maggiori margini di manovra nella distribuzione. **Ma il vantaggio non sarà automatico:** dipenderà anche dalla capacità degli importatori e dei distributori di trasferire effettivamente il risparmio lungo la filiera.

Per i produttori diventa quindi fondamentale lavorare su un posizionamento più preciso, sulla costruzione del valore del marchio e su una maggiore diversificazione dell’offerta. Occorre intercettare consumatori che bevono meno, ma cercano maggiore qualità, senza trascurare formati, occasioni di consumo e fasce di prezzo differenti.

Il possibile allentamento dei dazi rappresenterebbe un’opportunità, non un ritorno al passato. Il mercato americano continuerà a offrire prospettive importanti, ma premierà sempre meno la semplice disponibilità di prodotto e sempre più la capacità di interpretare una domanda in evoluzione. Per il vino italiano, la sfida sarà trasformare un eventuale vantaggio tariffario in un’occasione concreta di crescita, senza affidare alla politica commerciale ciò che deve essere costruito attraverso strategie commerciali, distribuzione e riconoscibilità.

Punti chiave:

1. **Midterm e dazi:** la nuova maggioranza democratica al Congresso potrebbe favorire un ripensamento delle politiche commerciali statunitensi.
2. **Vino europeo:** vino e distillati sono rimasti esclusi dalle specifiche agevolazioni tariffarie previste dall’accordo commerciale UE-USA.
3. **Mercato canadese:** le tensioni commerciali tra Washington e Ottawa hanno penalizzato gli scambi di bevande alcoliche.
4. **Consumi in trasformazione:** nel 2025 soltanto il 54% degli adulti americani dichiarava di consumare alcolici, secondo Gallup.
5. **Opportunità per l’Italia:** un’eventuale riduzione dei dazi potrebbe migliorare la competitività delle cantine, ma serviranno strategie commerciali capaci di intercettare nuovi comportamenti di consumo.