Il nuovo equilibrio del mercato del vino negli Usa

scritto da Fabio Piccoli | 18 Gennaio 2026



Il mercato del vino statunitense nel 2026 entra in una fase di stabilizzazione: volumi piatti dopo anni di cali, crescita del valore trainata da prezzi e premiumization. Non ci sarà rimbalzo dei consumi. Il settore diventa più piccolo, selettivo e maturo, con la fascia bassa in contrazione e il segmento premium come unica via di sopravvivenza.

Dopo anni di turbolenze, il mercato del vino negli Stati Uniti entra nel 2026 in una fase nuova, che non può più essere definita né crisi né ripresa. È una fase di **stabilizzazione fragile**, in cui i volumi smettono di crollare ma non tornano a crescere, mentre il valore continua ad aumentare quasi esclusivamente grazie al prezzo e al mix.
Il report *US Wine Market 2026 Forecasts and Trends* di OhBEV fotografa con chiarezza questo passaggio: il vino americano

sta cambiando pelle, diventando un mercato **più piccolo, più caro e più selettivo**.

2026: un anno di equilibrio, non di rimbalzo

Il primo messaggio chiave è netto: **non ci sarà un rimbalzo dei consumi**.
Dopo un quinquennio di cali (2019–2024), il 2025 ha segnato un rallentamento della discesa, chiudendo con volumi sostanzialmente piatti o leggermente negativi. Le previsioni per il 2026 oscillano tra un -0,5% e un +0,5% in volume: una forchetta che, di fatto, equivale a stabilità.

Sul fronte del valore, invece, la crescita è attesa tra il **+2% e il +4%**, ma non per effetto di una maggiore domanda. A trainare il fatturato sono:

- aumenti di prezzo già implementati nel 2024–2025,
- spostamento del mix verso fasce premium,
- progressiva uscita dal mercato delle etichette più economiche.

Il risultato è un settore che **vende meno bottiglie, ma a un prezzo medio più alto**, con margini sotto pressione e una competizione sempre più dura per ogni punto di scaffale.

La fine dell’illusione del ritorno ai volumi

Uno dei contributi più interessanti del report OhBEV è il rifiuto esplicito di una narrativa ancora diffusa nel settore: l’idea che, una volta superate pandemia, inflazione e shock geopolitici, il vino possa tornare ai livelli di consumo pre-2019.

Questa ipotesi non regge più. Le ragioni sono strutturali:

- il ricambio generazionale non compensa l’uscita dei Baby Boomers dai consumi,
- Millennials e Gen Z bevono meno vino rispetto alle generazioni precedenti,
- il consumo quotidiano di vino perde centralità culturale,
- la competizione con altre categorie (RTD, spirits, non-alcol) è permanente.

In questo contesto, il 2026 va letto come l’inizio di un **nuovo equilibrio di domanda più bassa**, non come una parentesi negativa in attesa di tempi migliori.

Premiumization: da trend a condizione operativa

La premiumization non è più una scelta strategica, ma una **condizione di sopravvivenza**.
Il report evidenzia una polarizzazione sempre più netta:

- **sotto i 9–10 dollari**: il segmento continua a contrarsi, con cali a doppia cifra negli ultimi anni;
- **12–15 dollari**: diventa il nuovo “entry level” psicologico per molti consumatori;
- **15–50 dollari**: è l’area più resiliente e quella che sostiene la crescita in valore;
- **oltre i 50–100 dollari**: comportamento da bene di lusso, relativamente scollegato dalle dinamiche macro.

Il segmento più problematico è quello **intermedio (10–20 dollari)**: troppo caro per il consumatore orientato al prezzo, non abbastanza distintivo per chi sceglie di bere meno ma meglio. Qui la competizione è feroce e il semplice rapporto qualità-prezzo non basta più.

Meno vino “cheap”, più selezione

La contrazione della fascia bassa non è solo una questione di domanda. È anche il risultato di:

- costi strutturalmente più alti (vetro, logistica, manodopera),
- riduzione delle superfici vitate dedicate a vini commodity,
- razionalizzazione degli assortimenti da parte di retailer e distributori.

Molti produttori non riescono più a sostenere economicamente vini da scaffale a 6–8 dollari. Di conseguenza, il mercato si sta “auto-pulendo”: meno SKU, meno brand, meno promozioni distruttive.
Per il consumatore medio, questo significa che **il vino economico diventa meno visibile**, mentre spendere 12–15 dollari per una bottiglia “decente” diventa la nuova normalità.

Valore sì, ma con costi e rischi più alti

Il 2026 resta però un anno complesso. La crescita in valore convive con:

- tassi di interesse elevati che penalizzano scorte e investimenti,
- costi di produzione che non torneranno ai livelli pre-pandemia,
- incertezza geopolitica, in particolare legata ai dazi USA–UE ancora in vigore,
- consumatori prudenti, che riservano il vino a occasioni più selezionate.

In questo scenario, la premiumization funziona **solo se supportata da una chiara proposta di valore**: qualità

percepita, identità, coerenza di prezzo e capacità di farsi scegliere in un contesto iper-competitivo.

Le implicazioni strategiche per il settore

Dal quadro tracciato da OhBEV emergono alcune implicazioni difficili da ignorare:

- pianificare su **volumi stabili o in lieve calo**, non su crescite automatiche;
- evitare sovrapproduzione e gestire inventari in modo conservativo;
- investire su fasce di prezzo che possono sostenere margini reali;
- accettare che il mercato sarà più piccolo, ma anche più selettivo;
- smettere di aspettare “il ritorno del consumo” e iniziare a progettare un business che funzioni anche senza di esso.

Conclusione: il vino USA entra nell’era della maturità forzata

Il 2026 non sarà l’anno della svolta, ma potrebbe essere l’anno della **chiarezza**.
Il vino negli Stati Uniti sta entrando in una fase di maturità forzata: meno indulgente, meno volumetrica, più esigente. Chi saprà adattarsi a un mercato di equilibrio – e non di espansione – potrà costruire resilienza. Chi continuerà a ragionare con le categorie del passato rischia di restare fuori gioco.

Nel prossimo articolo, il focus si sposterà dal mercato ai consumatori: **perché Millennials e Gen Z stanno ridefinendo il rapporto con il vino e perché la vera sfida non è il prezzo,**

ma la rilevanza culturale.

Punti chiave

1. **Volumi stabili nel 2026:** previsto tra -0,5% e +0,5%, senza rimbalzo dopo il quinquennio di cali 2019-2024.
2. **Crescita del valore** (+2/+4%) trainata da aumenti di prezzo e spostamento verso fasce premium, non da maggiore domanda.
3. **Fine dell’illusione del ritorno:** il consumo non tornerà ai livelli pre-2019 per ragioni strutturali e generazionali.
4. **Premiumization obbligatoria:** la fascia sotto i 10 dollari crolla, il nuovo entry level si sposta a 12-15 dollari.
5. **Mercato più selettivo:** meno SKU, meno brand economici, maggiore competizione per visibilità e rilevanza culturale.