

# 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 prepandemia,
- 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.

## Conclusioni: 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 calo 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.