

“Il mercato del vino USA è in crisi!” Are you sure?

scritto da Emanuele Fiorio | 22 Giugno 2024



Nel mondo del vino, si sta assistendo a una **crescente preoccupazione per le notizie negative** che circolano sul mercato statunitense. Il Wine Market Council (associazione senza scopo di lucro che si occupa di ricerche di mercato per il settore vinicolo USA) sta cercando di prendere in mano la situazione per contrastare la **narrazione pessimistica** che ha invaso i media a stelle e strisce. Liz Thach, presidente WMC, ha dichiarato durante un recente webinar: “Siamo preoccupati per questi titoli negativi. Viviamo in un mondo dominato dai titoli che attirano molta attenzione. Gli studenti che seguono e i giovani che lavorano nelle aziende vinicole stanno iniziando a deprimersi”.

Il fenomeno delle notizie negative sul vino non è nuovo. Già nel 1998, Frank Prial del New York Times scriveva: “I giovani,

tra i 21 e i 29 anni si stanno allontanando dal vino... è la fascia degli over-50 che consuma la maggior parte del vino". Tuttavia, oggi il mercato del vino negli Stati Uniti vale 100 miliardi di dollari e i consumatori della Generazione X (nati tra il 1965 e il 1980), che Prial considerava in declino, acquistano un terzo di tutto il vino venduto, spendendo più dei Boomers o dei Millennials.

Oggi, il settore vinicolo statunitense si trova in una **situazione ibrida**, facendo un quadro riassuntivo molto semplificato:

- le vendite in volume sono in calo, ma sono in aumento in valore;
- alcuni vigneti stanno scomparendo, ma quelli più importanti rimangono intatti;
- i prezzi dell'uva sono scesi nelle zone interne della California, ma sono aumentati lungo le coste.

Una delle principali sfide per il Wine Market Council è convincere la stampa a smettere di scrivere titoli allarmistici che possono veicolare messaggi troppo negativi. Tuttavia, non è facile contrastare i dati statistici, ad esempio il **recente report di Gomberg Fredrikson** ha rilevato una **diminuzione del consumo di vino negli Stati Uniti dell'8,7% nel 2023**.

Di conseguenza il WMC sta tentando di presentare i dati in modo diverso, sottolineando che le **vendite in valore sono aumentate del 46% dal 2018**, nonostante l'inflazione del 25% nello stesso periodo.

Questo dato, secondo il WMC, dimostra che **gli americani stanno spendendo di più per il vino rispetto a prima della pandemia**.

Un'altra notizia positiva riguarda la **fascia di prezzo tra i 20 e i 25 dollari**, che ha registrato un **aumento delle vendite**

del 2,4% sia in volume che in valore nei primi tre mesi del 2024. In particolare, varietà popolari come Chardonnay, Pinot Noir e Cabernet Sauvignon hanno visto aumenti significativi. Il Sauvignon Blanc ha registrato incrementi ancora maggiori nella fascia di prezzo sopra i 25 dollari (6,6% in volume).

Leggi anche: [**Mercato vino USA: la tortuosa strada verso la ripresa**](#)

Nonostante queste buone notizie, **il mercato dei vini da 20-25 dollari rappresenta solo il 6% del totale**, mentre la maggior parte del vino venduto costa meno di 11 dollari. Questo segmento continua a calare, poiché i Boomers, principali consumatori di vini economici, stanno gradualmente diminuendo.

Inoltre, uno studio pubblicato sulla rivista Addiction ha mostrato che più americani fumano marijuana quotidianamente rispetto a quelli che bevono vino ogni giorno. **È la prima volta dal 1979 che il consumo frequente di cannabis supera quello di alcolici.** Il consumo di vino è diminuito soprattutto tra i giovani adulti, la stessa fascia che si è rivolta maggiormente alla cannabis.

Christian Miller, direttore della ricerca del WMC, ha affermato che l'occasione di consumo principale in cui la cannabis toglie spazio al vino riguarda i momenti legati al relax domestico. Ha aggiunto che il 16% dei consumatori di vino combina vino e cannabis la sera e che i consumatori di cannabis che bevono anche vino sono consumatori più frequenti rispetto a chi non utilizza cannabis.

Un'altra sfida è il **cambiamento nelle preferenze di gusto**. Gli uomini statunitensi che una volta consumavano vino quanto le donne, **hanno iniziato a ridurre il consumo dal 2014**, preferendo hard seltzers e cocktail RTD. Le donne, invece, hanno mantenuto costante il loro consumo di vino.

Il motivo principale per cui le persone che consumano alcolici non bevono vino è che preferiscono il gusto di altre bevande

alcoliche, spesso perché hanno provato solo vini economici sotto gli 11 dollari. Inoltre, il 19% di coloro che consumano poco vino lo fa perché non lo ritiene parte di uno stile di vita sano, il dato era al 5% nel 2019.

Nonostante queste difficoltà, ci sono anche importanti **segnali di ottimismo**. Il **Sauvignon Blanc sta vivendo un momento di gloria**, soprattutto grazie alla sua popolarità tra i giovani consumatori che apprezzano la cucina messicana, abbinamento ideale per questo vino. Inoltre, **gli americani sono disposti a spendere di più per il vino**.

Liz Thach ha recentemente visitato l'Idaho, dove le vendite di vino sono in forte crescita. “La situazione non è così male, penso che dobbiamo fare attenzione a non creare profezie che si autoavverano”.

In definitiva, sebbene il mercato del vino negli Stati Uniti stia affrontando sfide significative, ci sono diverse opportunità di crescita e segmenti in espansione che offrono opportunità per il futuro.

Come disse Winston Churchill: “**L'ottimista vede opportunità in ogni pericolo, il pessimista vede pericolo in ogni opportunità**”.