

Mercato USA, il declino del vino spagnolo: cause ed evoluzioni

scritto da Emanuele Fiorio | 30 Ottobre 2023



Il vino spagnolo è rinomato per il suo rapporto qualità-prezzo e per la competitività nei prezzi, ma le vendite sul mercato statunitense hanno registrato **flessioni sia in termini di volume (-8% nel 2022 rispetto al 2021) che di valore (-3,7% nel 2022 rispetto al 2021)**.

Quali sono le cause di questo arretramento e quali le opportunità che il vino spagnolo potrebbe sfruttare per riconquistare il mercato degli Stati Uniti?

Cambiamenti nei gusti dei consumatori

Uno dei principali motivi che hanno causato il declino delle vendite di vino spagnolo è il cambiamento nei gusti dei consumatori statunitensi. **Molti acquirenti stanno optando per bottiglie di vino più costose**, con una preferenza per prodotti che si collocano intorno ai 15 dollari o più. **Questo spostamento verso vini di fascia alta, si è rivelato negativo per il vino spagnolo.**

Dazi e impatto pandemico

Il settore vinicolo spagnolo ha subito un duro colpo a causa dei **dazi sul vino spagnolo** imposti dall'amministrazione Trump che hanno comportato un **aumento del 25% dei costi per molte etichette**. Inoltre, la **pandemia** ha avuto un impatto significativo sull'industria, con restrizioni e interruzioni della catena di approvvigionamento. Questi fattori hanno reso difficile per i produttori spagnoli competere sul mercato statunitense.

Dispute interne nelle regioni vinicole spagnole

Alcune regioni vinicole spagnole stanno affrontando dispute e problematiche interne, ad esempio Rioja e Ribera. **Questi dissidi riguardano la gestione e la direzione futura dell'industria**. Alcuni produttori vogliono mantenere le strategie e le pratiche tradizionali, mentre altri cercano di trovare strade alternative e innovare per produrre vini più attraenti per il mercato statunitense.

Opportunità per il vino spagnolo

Nonostante le evidenti difficoltà, ci sono opportunità che il

vino spagnolo potrebbe sfruttare per riguadagnare terreno sul mercato statunitense.

Diversificazione e innovazione

Alcune regioni vinicole spagnole stanno cercando di diversificare e innovare per produrre vini di alta qualità che possano competere con successo con le etichette di altri Paesi. **L'esempio delle regioni di Rias Baixas e Bierzo dimostra come un cambiamento nell'approccio e una maggiore attenzione alla qualità possano avere successo.**

A Rias Baixas con l'Albarino e a Bierzo con la Mencia, si è cercato di abbandonare i vini di fascia bassa per passare a prodotti di qualità superiore, in grado di attrarre il nuovo pubblico americano. A Rias Baixas la qualità è nettamente migliorata quando un gruppo di produttori ha dato maggiore spinta alla produzione di vini che sul mercato USA vengono proposti a 20-25 dollari a bottiglia.

Educazione dei consumatori

È fondamentale educare i consumatori statunitensi sul valore e sulla qualità dei vini spagnoli. Gli sforzi per introdurre nuovi vini spagnoli unici e intriganti nei ristoranti e nelle enoteche possono contribuire a cambiare la percezione del vino spagnolo. **La diversificazione dell'offerta è fondamentale in questa direzione, proposte come il Txakoli, vino bianco tipico dei Paesi Baschi caratterizzato da un gusto fresco, salato, sferzante, dotato di slancio acido e forte mineralità, può rappresentare un valore aggiunto e attrarre l'attenzione dei consumatori più avventurosi.**

Collaborazione con sommelier e rivenditori

Collaborare con sommelier e rivenditori per mettere in mostra il vino spagnolo è un altro aspetto da mettere in evidenza.

Questi professionisti possono aiutare a cambiare l'immagine del vino spagnolo da “conveniente” a “qualitativo” e suggerire accostamenti gastronomici che lo rendono ancora più attraente.

Il vino spagnolo affronta sfide significative nel mercato statunitense, ma ha anche opportunità da sfruttare. L'innovazione, l'educazione dei consumatori e la collaborazione con professionisti del settore possono contribuire a rinforzare la posizione del vino spagnolo negli Stati Uniti. **Ma gli obiettivi potranno essere raggiunti solo se il settore vinicolo spagnolo avrà la capacità di adattarsi alle mutevoli esigenze dei consumatori statunitensi e dimostrare che può offrire non solo “convenienza”, ma anche alta qualità.** La strada potrebbe essere lunga, ma il vino spagnolo ha dimostrato la sua resilienza nel corso degli anni ed è ben posizionato per affrontare queste sfide.