Mercato del vino USA in bilico: quali sono le vie d’uscita?

scritto da Emanuele Fiorio | 28 Giugno 2026

Dopo sei anni di contrazione, il mercato del vino negli USA registra nel 2025 una perdita di 1,2 miliardi, scendendo a 74,3 miliardi di dollari. Mentre il consumo tradizionale cala, emergono opportunità nelle nicchie di qualità – Borgogna, vini biologici, spumanti e opzioni analcoliche – che indicano rotte concrete per innovare e riposizionarsi.

Negli Stati Uniti il vino si trova ad affrontare una crisi che va oltre la singola annata: secondo il “2026 State of the US Wine Report” di Silicon Valley Bank, le vendite totali del comparto sono scese a 74,3 miliardi di dollari nel 2025, con

una **perdita di 1,2 miliardi** rispetto ai 75,5 miliardi del 2024. Si tratta di una **contrazione che non sembra puramente ciclica ma strutturale**, alimentata da cambiamenti profondi nelle abitudini dei consumatori e da una concorrenza sempre più agguerrita delle categorie alternative.

Cosa dicono i numeri?

I numeri parlano chiaro: il calo delle vendite riflette una domanda mutata e meno costante. In parallelo emergono però segmenti che non solo resistono, ma prosperano, delineando nuove mappe di valore all'interno del mercato. Alle aste e sui mercati del vino pregiato si sta consumando uno **spostamento significativo verso la Borgogna:** i dati raccolti da iDealwine mostrano che, negli Stati Uniti, la regione rappresenta oggi il **56% del valore** e il **35% del volume** venduto all'asta. Questo scenario ha ribaltato il rapporto storicamente favorevole a Bordeaux; se nel 2019 Bordeaux deteneva rispettivamente il 44% e il 45% di valore e volume, nel 2025 il quadro si è invertito, con la Borgogna a guadagnare terreno soprattutto in termini di valore percepito.

Accanto a questa preferenza per certe denominazioni, si osserva una crescita continua dei **vini prodotti da uve certificate biologiche e biodinamiche**. I dati d'asta indicano che la quota di volume di vini organici e biodinamici è salita dal 28,4% al 29,9% tra il 2024 e il 2025, mentre la quota in valore è aumentata dal 35,6% al 36,2%. **È una progressione non eclatante, ma significativa**: conferma come la sostenibilità e la pulizia delle pratiche agricole stiano diventando criteri di scelta sempre più rilevanti per una parte crescente della domanda.

Un'altra trasformazione rilevante riguarda la tipologia di vino scambiata e consumata. Secondo Liv-ex, **lo scambio commerciale di spumanti è cresciuto del 650% e quello dei vini bianchi dell'1.100% dal 2010, mentre l'attività sui vini rossi è diminuita del 15% dal 2025.** Questo spostamento indica una

preferenza verso vini più immediatamente fruibili, meno vincolati ai tempi lunghi di invecchiamento e più adatti a occasioni di consumo rapide e informali.

Le motivazioni dietro al cambiamento

Dietro questi numeri ci sono cambiamenti di stile di vita e di occasioni d'uso. Il tempo medio che gli americani dedicano alla socializzazione in presenza è diminuito: secondo l'American Time Use Survey si è passati da una media di 43 minuti al giorno nel 2014 a 35 minuti nel 2024, una riduzione che si traduce in circa 49 ore in meno all'anno trascorse con gli altri. **Meno tempo per socializzare significa meno momenti quotidiani in cui il vino, tradizionalmente associato al rito collettivo, trova spazio.** Inoltre il vino oggi compete in un'arena più ampia, dove entrano non solo birra e superalcolici, ma anche bevande non alcoliche, prodotti a basso contenuto calorico, bevande a base di cannabis e i ready-to-drink. NielsenIQ sottolinea come l'elemento *"better-for-you"* – basso contenuto calorico, benessere, sostenibilità e versioni analcoliche – continui a trainare la crescita.

Infatti negli USA il segmento dei vini dealcolati sta registrando tassi di crescita importanti: NielsenIQ riporta un aumento del 18,7% anno su anno, a fronte di un calo complessivo del vino del 4,2%. Questo paradosso spiega bene come i consumatori stiano ricalibrando le proprie scelte, preferendo spesso alternative che rispondano a esigenze di salute, praticità e nuovo tipo di esperienza sociale.

A sorprendere, inoltre, è l'approccio alla qualità da parte delle generazioni più giovani. **I Millennial non disdegnano il vino di pregio**; anzi, secondo Benchmark Wine Group rappresentano il 30% del fatturato dell'azienda proprio perché acquistano vini di alta gamma e rari. La motivazione è concreta: preferiscono bere "il meglio adesso", evitando di aspettare decenni per raggiungere il picco di maturità delle bottiglie. Questo produce un fenomeno interessante: il Grand

Cru di Borgogna vende più velocemente e a prezzi più alti, mentre il Premier Cru – categoria inferiore sia in qualità sia in prezzo – sta perdendo quota e velocità di vendita. **La tendenza complessiva è riassumibile nel motto *"drinking better, not more"*: bere meglio, non necessariamente bere di più.**

Che cosa significa per produttori, distributori e operatori del settore?

- **Ridimensionare la produzione:** in mercati con domanda complessiva in contrazione, e con preferenze di stile variabili, sovraprodurre può portare a surplus e pressioni sui prezzi.
- **Riposizionamento prodotto:** investire in etichette biologiche o biodinamiche, sviluppare linee pronte da bere (vini più accessibili, bianchi e spumanti) e prodotti non alcolici può aiutare a riconquistare occasioni di consumo.
- **Nuovo linguaggio di marketing:** raccontare storie legate a esperienza, sostenibilità, praticità d'uso (prontezza, servizio freddo, porzioni) e occasioni d'uso alternative può riallineare il vino alle abitudini dei consumatori moderni.

Il calo delle vendite negli Stati Uniti non segna la fine del vino come fenomeno culturale o come mercato di valore, ma mette in evidenza l'urgenza di adattamento. **Le aree di crescita individuate** – preferenza per la Borgogna, aumento della quota di vini biologici e biodinamici, boom di spumanti e vini bianchi pronti da bere, espansione dei vini analcolici – **indicano rotte concrete per chi saprà innovare senza tradire l'identità del prodotto.** La sfida per il settore sarà produrre meno ma meglio, comunicare con linguaggi contemporanei e creare nuove occasioni in cui il vino sia percepito come la scelta naturale per bere bene, non come un retaggio del

passato.

Punti chiave:

1. **Dati chiave:** vendite totali 2025 pari a 74,3 miliardi di dollari, decremento di 1,2 miliardi rispetto al 2024 (Fonte: Silicon Valley Bank).
2. **Shift di valore:** la Borgogna domina le aste USA con il 56% del valore e il 35% del volume venduto, superando Bordeaux.
3. **Crescita sostenibile:** quota di vini organici/biodinamici all'asta salita dal 28,4% al 29,9% in volume e dal 35,6% al 36,2% in valore (2024→2025).
4. **Mutazione delle preferenze:** spumanti e vini bianchi in forte crescita (650% e 1.100% rispettivamente dal 2010), attività sul rosso in calo del 15% dal 2025 (Fonte: Liv-ex).
5. **Nuove occasioni e consumatori:** calo del tempo di socializzazione e crescita del segmento "better-for-you" e vini analcolici (+18,7% anno su anno), con Millennials che comprano vintage e qualità (Benchmark Wine Group).