

USA, consumo vino: gli strascichi della pandemia

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Giugno 2024



Il mercato vinicolo statunitense è stato recentemente analizzato da Wine Australia nel report ["US Wine Market Insights 2024"](#). Questa analisi rivela come, negli Stati Uniti, la **pandemia abbia influenzato e continui a influenzare il consumo di vino**, le dinamiche di mercato e le abitudini dei consumatori.

Il Prodotto Interno Lordo (PIL) degli Stati Uniti, pur essendo il più grande a livello globale, ha subito un calo del 2,2% nel 2020 a causa della pandemia, paragonabile alla crisi finanziaria globale del 2009. Grazie agli ingenti pacchetti di stimolo governativi e alla campagna vaccinale, l'economia ha mostrato segnali di ripresa già alla fine del 2020, con un aumento del PIL del 2,5% nel 2023.

Tuttavia, l'economia americana è cresciuta meno del previsto nel primo trimestre 2024. Secondo i dati del Bureau of Economic Analysis del Dipartimento del Commercio, il PIL è aumentato solo dell'1,6%, al di sotto delle previsioni che stimavano un 2,5%.

Nel 2022 l'inflazione è aumentata a livelli record, raggiungendo il 9%, a causa di tassi di interesse bassi, eventi globali legati al Covid-19 e problemi nella catena di approvvigionamento. La Federal Reserve ha risposto con aumenti dei tassi di interesse, portando l'inflazione a un calo significativo fino al 2024.

Durante la pandemia, la spesa dei consumatori si è spostata verso l'acquisto di bevande alcoliche premium per consumo domestico, ciò ha causato l'aumento delle scorte di vino nei magazzini. Tuttavia, dal 2021 al 2023, con l'aumento dell'inflazione e dei costi alimentari, i consumatori hanno ridotto gli acquisti di beni di lusso, utilizzando le scorte accumulate. Si prevede che questo **squilibrio tra giacenze e vendite si riequilibrerà entro il 2026.**

Negli ultimi cinque anni, le **vendite di vino importato negli Stati Uniti sono cresciute del 3% annuo in valore**, superando il vino domestico (1%). Tuttavia, nel 2023, le importazioni di vino hanno subito una flessione del 14% in volume e del 9% in valore, con cali significativi nelle importazioni di vino italiano, francese e cileno. Nonostante ciò, la quota di mercato del vino importato nel 2022 è aumentata dal 27% al 30% e si prevede che continuerà a crescere fino al 2027.

Il numero di consumatori regolari di vino negli Stati Uniti è diminuito da 88 milioni nel 2015 a 72 milioni nel 2021, risalendo poi a 86 milioni nel 2022. I **Boomers rappresentano ancora la maggior parte dei consumatori di vino (41%)**, seguiti da Gen X e Millennials (27% ciascuno), Gen Z al 4%. Tuttavia, l'aumento del numero di consumatori regolari non si è tradotto in un aumento delle vendite di vino, poiché i consumatori più

giovani mostrano meno interesse per il vino rispetto ai Boomers. Inoltre, **il consumo pro capite di vino è diminuito del 2% annuo negli ultimi cinque anni.**

Leggi anche -> [USA, Millennial e vino: quanto il fattore età influisce sui consumi](#)

Nel 2020, a causa delle restrizioni dovute alla pandemia, il settore off-premise ha rappresentato il 90% delle vendite di vino, ma ha subito un calo significativo con la fine delle restrizioni nel 2021. Nonostante il ritorno delle vendite on-premise ai livelli pre-pandemia, il numero di locali e le vendite totali rimangono inferiori ai livelli storici. Il **cambiamento delle abitudini dei consumatori, che preferiscono acquistare vino online e direttamente dalle cantine per il consumo domestico, ha contribuito a questa difficile situazione per i ristoratori.**

Negli USA è evidente una ripresa economica graduale, si prevede che i consumatori possano riprendere a spendere per beni non essenziali come il vino. Tuttavia, **le abitudini di consumo, mutate durante la pandemia, come l'acquisto online e il consumo domestico, probabilmente persisteranno.** Inoltre, l'industria vinicola dovrà adattarsi alle preferenze emergenti dei consumatori più giovani, che tendono a preferire bevande alcoliche alternative come birra artigianale e cocktail RTD.

Leggi anche -> [Usa: alla scoperta delle potenzialità inesplorate del più grande mercato vinicolo mondiale](#)

Un altro fattore cruciale sarà la sostenibilità. Con l'aumento della consapevolezza ambientale tra i consumatori, le cantine che adotteranno pratiche e offriranno prodotti sostenibili avranno probabilmente un **vantaggio competitivo.** In questo contesto, il vino sfuso, che ha visto un aumento delle esportazioni durante la pandemia, potrebbe continuare a essere una scelta popolare grazie alle sue prerogative sostenibili.

Adattarsi alle nuove tendenze di consumo, migliorare le

pratiche di sostenibilità e sfruttare le opportunità offerte dall'e-commerce saranno elementi chiave per il successo futuro.