

Vino italiano e mercati globali: le aziende si preparano all'incognita dei dazi USA

scritto da Stefano Montibeller | 15 Marzo 2025



L'ipotesi di nuovi dazi USA sul vino italiano spinge i produttori a diversificare i mercati, rafforzando la presenza in Europa e Asia. Aziende come Pasqua, Frescobaldi e Donnafugata adottano strategie mirate per ridurre la dipendenza dagli Stati Uniti. Nonostante le incertezze, l'export italiano cresce in Germania e Regno Unito, mentre il mercato USA potrebbe restare stabile per il settore premium.

L'evento Simply The Best a Milano non è stato solo un'occasione per degustare grandi vini, ma anche un momento di confronto su temi di grande attualità per il settore

vitivinicolo. Tra questi, uno dei più discussi è stato il possibile scenario legato ai dazi che gli Stati Uniti potrebbero imporre sulle importazioni di vino italiano.

Leggi anche: [Dazi sul vino italiano: l'80% delle esportazioni verso gli Usa rischia un crollo](#)

Sebbene al momento non vi siano certezze sull'effettiva applicazione di tali misure, le cantine italiane non intendono rimanere in attesa passiva. L'impatto dipenderà dall'entità dei dazi: un aumento contenuto tra il 5 e il 10% avrebbe ripercussioni gestibili, mentre un incremento fino al 25% potrebbe stravolgere gli equilibri di mercato e rendere necessarie strategie di adattamento più incisive.

Per comprendere come le aziende stiano affrontando questa possibile sfida, abbiamo raccolto il parere di alcuni produttori.

Andrea Goffer, responsabile Horeca Italia di Pasqua, sottolinea come gli Stati Uniti rappresentino un mercato chiave per l'azienda:

“Operiamo con Pasqua Wines USA attraverso un team locale che ha costruito negli anni una rete commerciale solida. L'introduzione dei dazi potrebbe rappresentare una sfida importante, ma abbiamo già avviato una **strategia di diversificazione, puntando su mercati ad alto potenziale come l'Asia**, dove siamo attivi con Pasqua Wines Asia. Rafforzare la nostra presenza in quest'area sarà una priorità.”

Anche Frescobaldi, che esporta il 60% della produzione negli Stati Uniti, sta adottando un **piano di espansione mirato**, consolidando la propria posizione in Europa e Asia.

“Abbiamo registrato risultati positivi in Germania, in particolare con le etichette Alie e Aurea, che hanno superato le aspettative di vendita. Il Regno Unito continua a essere un mercato di riferimento, mentre la Corea del Sud è in forte

crescita grazie a iniziative promozionali mirate e al coinvolgimento della stampa di settore.”

Spiegano Federica Quarato e Chiara Gaddoni, rispettivamente PR & Communication Manager e Communication Specialist dell'azienda.

Per Matteo Gobbino, responsabile commerciale Centro Nord di Donnafugata, invece, **il mercato italiano resta il principale punto di riferimento**, assorbendo il 70% delle vendite. Tuttavia, gli Stati Uniti restano strategici per l'export dell'azienda:

“Monitoriamo con attenzione gli sviluppi, ma stiamo già valutando nuove opportunità. Sostituire completamente il mercato USA non sarà semplice, ma alcuni segnali sono interessanti: per esempio, se il Canada continuerà a ridurre le importazioni dai produttori statunitensi, potremmo beneficiare di un posizionamento più favorevole.”

Di fronte all'incertezza legata agli Stati Uniti, **le aziende italiane stanno rafforzando la loro presenza in Europa**, puntando su mercati più stabili e con margini di crescita. Germania e Regno Unito, in particolare, confermano la loro importanza strategica.

Nel 2024, le esportazioni di vino italiano **in Germania hanno registrato un aumento del 4,3%, mentre il Regno Unito ha segnato un incremento dell'1,8%**. Questo conferma come il vino italiano continui a essere un riferimento per i consumatori europei, nonostante le dinamiche economiche mutevoli.

Al di là delle strategie aziendali, resta da capire come i dazi possano influenzare il comportamento dei consumatori statunitensi. Un aumento dei prezzi del vino italiano potrebbe spingere una parte della clientela verso alternative più economiche. Tuttavia, per le etichette premium e i marchi più consolidati, il valore percepito potrebbe mantenere la domanda stabile, anche a fronte di un rincaro.

L'eventuale introduzione dei dazi, quindi, rappresenta una sfida per il settore vinicolo italiano, ma anche uno stimolo a rivedere strategie e posizionamento sui mercati internazionali. La necessità di diversificazione potrebbe portare a un rafforzamento strutturale delle esportazioni italiane, riducendo la dipendenza dagli Stati Uniti e consolidando la presenza in Europa e Asia.

Se da un lato i dazi potrebbero penalizzare le vendite negli USA, dall'altro potrebbero accelerare l'evoluzione del settore, favorendo una maggiore innovazione nei modelli distributivi e nelle strategie commerciali.

Leggi: [Dazi USA: quali saranno gli impatti sul mercato degli alcolici?](#)

Punti chiave:

- **Possibili dazi USA:** un aumento fino al 25% potrebbe destabilizzare il mercato e richiedere strategie di adattamento incisive.
- **Diversificazione dei mercati:** le aziende vinicole italiane puntano su Europa e Asia per ridurre la dipendenza dagli USA.
- **Strategie aziendali:** Pasqua, Frescobaldi e Donnafugata rafforzano la presenza internazionale con espansioni mirate.
- **Crescita dell'export europeo:** Germania (+4,3%) e Regno Unito (+1,8%) confermano la loro importanza strategica.
- **Impatto sui consumatori USA:** prezzi più alti potrebbero ridurre la domanda, ma i marchi premium potrebbero mantenere la loro quota di mercato.

