

Vino negli USA: nessuna inversione di tendenza ma emergono alcuni segnali incoraggianti

scritto da Emanuele Fiorio | 4 Ottobre 2026



Il vino negli USA continua a perdere terreno, ma alcuni segmenti mostrano segnali di resilienza. Prosecco, Champagne, Sauvignon Blanc e sparkling tra 15 e 19,99 dollari registrano performance migliori rispetto al mercato complessivo. Intanto i produttori statunitensi investono in innovazione, ospitalità e nuove categorie. Un quadro che offre indicazioni interessanti anche al vino italiano.

Il mercato del vino negli Stati Uniti non è ancora pronto a festeggiare una vera inversione di tendenza, ma qualche segnale incoraggiante comincia a emergere. È questa la lettura

che si può ricavare mettendo a confronto gli ultimi dati **SipSource** con quelli **NIQ**, due sistemi di monitoraggio che fotografano momenti differenti della filiera.

SipSource, che monitora i *depletion* dei distributori (o sell-out ossia i prodotti che escono dal magazzino del distributore perché sono stati acquistati dai rivenditori), descrive infatti un vino che si sta muovendo in una **direzione più incoraggiante**, mentre gli spirits rimangono sotto pressione. Una lettura che va però affiancata ai **dati NIQ** relativi al retail, dove il **quadro resta negativo**: nelle **52 settimane terminate l'8 agosto**, le vendite di vino nell'off-premise statunitense sono diminuite del **5,2% in valore e del 6,1% in volume** rispetto all'anno precedente.

La contrazione, dunque, non è terminata. Ma dentro questo mercato in calo si stanno delineando comportamenti molto differenti tra categorie e fasce di prezzo.

Sauvignon Blanc e bollicine resistono

Uno dei segnali più evidenti riguarda il **Sauvignon Blanc**, che continua a mostrare una **crescita di circa il 3% in valore** nei più recenti periodi di 90 giorni sia secondo NIQ sia secondo SipSource.

Ancora più interessante è ciò che accade nel comparto sparkling. Secondo **SipSource**, negli ultimi 90 giorni il fatturato dello **Champagne è aumentato di quasi il 15%**, mentre quello del **Prosecco ha superato il 10% di crescita**.

La fotografia di **NIQ** è **meno positiva** per l'intera categoria, ma conferma la presenza di una nicchia particolarmente dinamica. Nel complesso, infatti, il valore delle vendite di sparkling wine è diminuito del **3,2% nell'ultimo anno**, mentre i vini nella fascia **15-19,99 dollari** hanno registrato un incremento di quasi il **4%**.

Il dato diventa ancora più interessante restringendo

l'orizzonte alle ultime quattro settimane: le vendite complessive di sparkling risultano sostanzialmente stabili, mentre la fascia tra 15 e 19,99 dollari cresce del **10%**. È una soglia di prezzo significativa per il mercato americano, perché può rappresentare tanto una piccola gratificazione occasionale quanto una bottiglia accessibile per un consumo più abituale. **Non tutto, però, cresce allo stesso modo:** nello stesso periodo gli sparkling importati hanno guadagnato oltre l'1%, mentre quelli prodotti negli Stati Uniti hanno perso quasi il 3%.

Il consumatore americano sceglie, non smette semplicemente di comprare

È probabilmente questo il punto più interessante per gli operatori del settore. La crisi dei consumi non sembra tradursi in una riduzione uniforme della domanda, ma in una **selezione più marcata delle occasioni di acquisto e dei prodotti considerati meritevoli della spesa.**

La dinamica è evidente anche negli spirits: il comparto perde valore, ma mantiene una crescita in volume alimentata soprattutto dai **ready-to-drink (RTD)**, che secondo NIQ aumentano di oltre il **25% sia in valore sia in volume.**

Anche nella birra emergono differenze interne: le India Pale Ale continuano a mantenere la propria posizione, mentre wheat ale e lager seguono maggiormente l'andamento negativo della categoria. Il messaggio per il vino è quindi tutt'altro che banale: **in un mercato che arretra, alcune proposte continuano a trovare spazio perché rispondono meglio alle nuove logiche di consumo.**

La lezione per il vino italiano

Per i produttori italiani, il mercato statunitense resta quindi complesso, ma i dati suggeriscono di evitare una lettura esclusivamente quantitativa. Il calo complessivo delle

vendite non significa che il consumatore americano abbia smesso di spendere: significa piuttosto che **sta diventando più selettivo su cosa acquistare e quanto pagarlo**.

Champagne e Prosecco mostrano che le bollicine possono continuare a intercettare la domanda; Sauvignon Blanc conferma la forza di una varietà immediatamente riconoscibile; la **fascia 15-19,99 dollari** dello sparkling indica inoltre l'esistenza di un segmento nel quale **valore percepito e accessibilità possono incontrarsi**. Per le aziende italiane, la sfida non dovrebbe dunque essere soltanto recuperare i volumi perduti, ma capire **quali occasioni di consumo, fasce di prezzo e categorie saranno in grado di generare nuovo valore**.

In un mercato statunitense che sta cambiando, investire nella riconoscibilità del prodotto, nella capacità di raccontarne l'identità e nell'innovazione dell'offerta può diventare più importante che inseguire indiscriminatamente la crescita. **I segnali verdi ci sono, ma sono ancora germogli: interpretarli prima che diventino tendenze consolidate potrebbe fare la differenza**.

Punti chiave:

1. Il mercato del **vino negli USA resta negativo**, ma i dati SipSource mostrano segnali più incoraggianti rispetto ai mesi precedenti.
2. **Champagne e Prosecco** crescono rispettivamente di quasi il 15% e oltre il 10% nei più recenti 90 giorni secondo SipSource.
3. La fascia **15-19,99 dollari dello sparkling wine** cresce quasi del 4% nell'ultimo anno e del 10% nelle ultime quattro settimane secondo NIQ.
4. Il consumatore americano appare **più selettivo**, premiando categorie, occasioni di consumo e fasce di prezzo

specifiche.

5. Per i produttori italiani diventano centrali **posizionamento, riconoscibilità, innovazione e valore percepito**, più che il semplice recupero dei volumi.