USA, wine RTD: unica tipologia di vino in grado di incrementare volumi e quota di mercato

scritto da Emanuele Fiorio | 24 Maggio 2026



I wine RTD stanno diventando il segmento più dinamico del mercato vino negli Stati Uniti. Tra crescita a doppia cifra, nuovi consumatori e formati pratici, i cocktail a base vino stanno conquistando spazio sugli scaffali e nei locali. I dati 2025 confermano un boom che potrebbe cambiare il futuro della categoria.

Negli ultimi due anni il segmento dei ready-to-drink a base vino (wine RTD) ha registrato una crescita che sta cambiando la geografia commerciale del vino negli Stati Uniti. Secondo NielsenIQ, per le 52 settimane chiuse al 27 dicembre 2025 **le**

vendite in valore dei cocktail a base vino nei canali off-premise (supermercati, drugstore, mass merchandiser, dollar store, convenience e liquor store) **sono aumentate del 30%**, raggiungendo **1,2 miliardi di dollari**.

Impact Databank conferma la tendenza sui volumi: il segmento ha raggiunto circa 15 milioni di casse da 9 litri nel 2025, in crescita rispetto alle 12 milioni del 2024, ed è stato **l'unico tipo di vino a incrementare volumi e quota di mercato**, pur rappresentando ancora una porzione contenuta dell'intero comparto (circa **3,3% di share** nel 2024).

Perché adesso?

Dietro la dinamica non c'è solo moda: i wine RTD incontrano esigenze precise dei consumatori statunitensi contemporanei. Le ragioni principali sono tre:

- **Accessibilità e sperimentazione**: i giovani consumatori (Gen Z e giovani Millennial) sono meno legati al marchio e più orientati a prodotti "occasion-driven" e a gusti nuovi e giocosi.
- **Formato e praticità**: packaging single-serve, richiudibili o in formati da 200–500 ml, facilitano il consumo on-the-go e nei contesti informali, dalle feste agli eventi outdoor.
- **Trend salutistici e di gusto**: la domanda di bevande a basso tenore alcolico e a basso contenuto di zuccheri spinge l'attenzione verso mix a base di vino che possono essere pubblicizzati come derivati di frutta vera e processi meno "artificiali" rispetto ad alcune alternative a base di distillati o zuccheri aggiunti.

Player e formati vincenti

Nel panorama dei brand, alcuni nomi guidano la classifica per volumi e visibilità negli USA. **BeatBox**, con un formato singolo

in Tetra Pak da 500 ml e una gamma di oltre 15 espressioni, ha raggiunto 6,7 milioni di casse nel 2025 e una crescita superiore al 30% rispetto all'anno precedente. **BuzzBallz Chillers** è il secondo player per volumi, con quasi 1,5 milioni di casse vendute nel 2024. Grandi aziende tradizionali del vino come **Gallo e Trinchero** hanno accelerato l'ingresso nel segmento con Beach Juice, Vibe Twisted Sips e Atomic Boss, puntando su **test regionali e su nuovi formati** (si valuta l'introduzione di confezioni da 200 ml).

Strategie di marketing e trade placement

La performance dei wine RTD è stata sostenuta da **approcci di marketing non convenzionali:** sampling massiccio (es. BeatBox in oltre 300 festival musicali all'anno), attività social e campagne OOH (cartellonistica e wrapping). Anche il posizionamento nel punto vendita è stato cruciale: i distributori hanno imparato a collocare i wine RTD in aree fredde (cold box), vicino al comparto birre e bevande pronte, aumentando la conversione. Catene convenience come Plaid Pantry e Mendez Fuel riportano vendite solide sui pack singoli a prezzi medi tra **3 e 5 dollari**, con promozioni "buy two" o "buy three" molto efficaci.

Limiti normativi e opportunità di canale

In mercati con restrizioni sulla vendita di distillati, come l'Oregon (dove alcuni operatori possono vendere solo RTD a base malto o vino), **i wine RTD rappresentano un'opportunità strategica per i retailer.** Inoltre, il prezzo spesso risulta più competitivo rispetto ad alcune proposte a base spirits, rendendo il prodotto appetibile anche per un pubblico attento al valore. I produttori ora guardano anche all'on-premise: test in impianti sportivi, locali ricreativi e festival potrebbero ampliare ulteriormente la presenza dei wine RTD.

Impatto sul futuro del vino

Il potenziale più interessante è il cosiddetto effetto “halo”: **i wine RTD possono essere la porta d’ingresso al mondo del vino** per nuovi consumatori che, iniziando con una bevanda flavored e accessibile, potrebbero in seguito spostarsi verso bottiglie tradizionali (Merlot, Chardonnay ecc.). Questo meccanismo potrebbe contribuire a contrastare l’invecchiamento della base consumatrice del vino tradizionale negli Stati Uniti.

Il caso statunitense offre segnali utili anche per l’Italia: i wine RTD dimostrano che esiste un segmento disposto a pagare per praticità, formato e novità gustative. **Per i produttori e distributori italiani vale la pena:**

- sperimentare formati single-serve e packaging visualmente distintivi;
- studiare posizionamenti retail diversi (cold box, c-store, box promozionali) e strategie di sampling negli eventi;
- comunicare in modo trasparente la provenienza degli ingredienti e gli aspetti salutistici (basso zucchero, basso contenuto alcolico);
- considerare vincoli normativi locali per scegliere il canale migliore.

Punti chiave:

1. **Crescita forte**: i cocktail a base vino hanno registrato un +30% a valore nel 2025, arrivando a 1,2 miliardi di dollari in off-premise.
2. **Volumi in aumento**: il segmento ha toccato circa 15 milioni di casse da 9 litri nel 2025, contro i 12

milioni dell’anno precedente.

3. **Nuovi consumatori**: i wine RTD parlano soprattutto a Gen Z e giovani Millennial, attratti da gusti nuovi, formati pratici e packaging condivisibile.
4. **Brand in espansione**: BeatBox, BuzzBallz, Gallo, Trinchero e Patco stanno spingendo il comparto con formati, marketing esperienziale e nuove referenze.
5. **Opportunità per il vino**: il trend può rafforzare l’intera categoria, creando un ponte tra consumo occasionale e vino tradizionale.