

Le donne dominano i consumi di Prosecco negli Stati Uniti, dove il mercato registra una crescita senza precedenti

scritto da Redazione Wine Meridian | 7 Maggio 2025



Il Prosecco sta vivendo una crescita straordinaria negli Stati Uniti, con le donne come principali consumatrici. Le vendite sono in aumento, supportate da consumatori con redditi elevati, e la notorietà del prodotto attraversa tutte le generazioni. Tuttavia, il mercato deve affrontare nuove sfide, inclusa l'integrazione con diverse etnie americane.

Sono le donne a sostenere i consumi di Prosecco negli Stati Uniti, dove il re degli sparkling made in Italy registra un

tasso di penetrazione medio del 24%, raggiungendo il 28% proprio nella componente femminile, con un apprezzamento sostanzialmente intergenerazionale.

Secondo l'analisi dell'Osservatorio Uiv sui dati Iwsr, **gli acquisti di Prosecco nel primo mercato del vino mondiale sono effettuati in 6 casi su 10 da donne** che, con un tasso di awareness al 76% (contro il 69% dei maschi), dimostrano anche di conoscere meglio l'offerta enologica italiana.

Le bollincine trivenete, in particolare, raggiungono un livello di notorietà del 48% tra le femmine, mentre si fermano al 31% tra i maschi. Ma – rileva l'Osservatorio – dietro **il “fenomeno Prosecco” negli Usa**, che tra gennaio e febbraio hanno registrato una corsa alle scorte pre-dazi (+42% il valore dell'export nel primo bimestre), **non c'è solo la variabile di genere**. Se si guarda al portafoglio, a stappare bollincine made in Italy sono nel 65% dei casi i consumatori che guadagnano oltre 80mila dollari l'anno, e più di un quarto dei Prosecco-lovers (27%) dichiara redditi per più di 150mila dollari.

“Negli Stati Uniti il Prosecco è simbolo di eleganza, moderazione e stile di vita italiano – spiega il responsabile dell'Osservatorio Uiv, Carlo Flaminis –, non è un caso se è apprezzato in tutte le fasce di età, con picchi tra le over 55. Ma la vera scommessa, oggi, è quella multietnica. Il Prosecco sino ad oggi è presidio dei consumatori bianchi, che rappresentano quasi l'80% del mercato, mentre fatica a raggiungere gli ispanici, i neri e gli asiatici. È proprio in queste coorti, sempre più rilevanti anche da un punto di vista demografico, che dobbiamo recuperare per attirare nuovi appassionati. Si tratta di attivare leve comunicative efficaci e promuovere la dimostrata versatilità dello sparkling made in Italy”.

Sotto il profilo geografico, **la Prosecco-mania incrocia la costa Atlantica ma anche quella Pacifica**: oltre la media figurano i consumatori del New England, del South e Middle

Atlantic fino al Pacific. Sul fronte del prezzo, nel fuori casa 7 consumatori americani su 10 spendono più di 20 dollari al litro, mentre si ribalta la proporzione nell'off-premise, dove il 61% dei consumatori sceglie a scaffale prodotti sotto i 20 dollari al litro.

Lato consumi, base Sipsource, l'**Osservatorio Uiv rileva come il Prosecco sia di gran lunga il prodotto enologico italiano più acquistato negli Usa con una quota del 33% sul totale delle vendite made in Italy.**

Il Prosecco rappresenta ormai un terzo dei volumi complessivi di sparkling consumati oltreoceano, grazie a una progressiva erosione di quote ai danni delle bollicine statunitensi e di quelle francesi. In termini di export, conclude l'Osservatorio, il 2024 si è chiuso con spedizioni di Prosecco verso gli Stati Uniti in crescita a valore del 15%, pari a 491 milioni di euro, complice l'accelerazione impressa da importatori e distributori per anticipare il più possibile lo spauracchio dei dazi e garantire – per quanto possibile – continuità nello speciale rapporto con i consumatori.

Punti chiave

1. **Le donne rappresentano il 28% del mercato del Prosecco negli Stati Uniti, con un forte tasso di awareness del 76%.**
2. **I consumatori con un reddito oltre 80k dollari comprano il 65% del Prosecco in USA.**
3. **Prosecco è il prodotto italiano più venduto negli Stati Uniti, con una quota di 33% sul totale del vino.**
4. **Le vendite di Prosecco negli Stati Uniti sono aumentate del 15% nel 2024, raggiungendo 491 milioni di euro.**
5. **La versatilità del Prosecco è fondamentale per attrarre nuovi consumatori tra i diversi gruppi etnici.**

