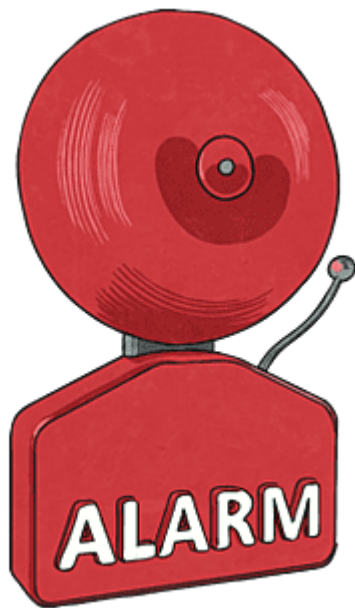


# Mercato vino USA: campanello d'allarme, aumentano i consumatori che evitano il vino

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Dicembre 2022



Secondo l'indagine condotta dal Wine Market Council nel periodo autunno 2021-primavera 2022, negli USA i **consumatori frequenti di vino** (definiti "core" che bevono almeno un bicchiere di vino alla settimana) rappresentano solo il 18% (44 milioni) dei circa 240 milioni di adulti.

Si tratta di una percentuale in aumento (+4%) rispetto al 14% emerso dall'indagine precedente relativa al periodo tra l'autunno 2018 e la primavera 2019.

Al contrario, i **consumatori di vino "marginali"** che bevono almeno un bicchiere a trimestre, rappresentano il 15% degli adulti statunitensi, ovvero 35 milioni. Si tratta di una percentuale in calo (-10%) rispetto al 25% dell'indagine precedente effettuata nel periodo pre-pandemia.

Il problema è che la **quota totale di questi consumatori di**

**vino “frequenti” e “marginali” è più alta per i segmenti più anziani** (19% per i 60-69enni e 23% per gli ultrasessantenni), per poi diminuire nelle generazioni più giovani (16% e 13% per i 20-29enni).

**I consumatori che evitano il vino** e consumano solo birra, superalcolici o altri distillati, **costituiscono la percentuale maggiore di adulti statunitensi: il 29%, pari a 70 milioni.** Questo dato è **in aumento (+3%)** rispetto al 26% del sondaggio di Wine Market Council relativo al periodo 2018-2019.

Questi consumatori che snobbano il vino rappresentano **quote sempre maggiori** rispetto al consumo complessivo di alcolici **tra le generazioni più giovani** (dal 14% degli ultrasessantenni al 35%-36% dei 21-49enni).

**I consumatori “infrequenti”** (consumano meno di una bevanda alcolica a trimestre) continuano a rappresentare il 10% della popolazione, ovvero 25 milioni di persone, e la loro quota di consumo totale di alcolici si aggira intorno al 10% in tutte le fasce di età.

Sempre secondo i dati di Wine Market Council, **gli astemi sono cresciuti** fino a diventare il secondo gruppo di adulti più numeroso nel Paese, superando i consumatori marginali. Quest'anno, si stima che rappresentino il 28%, ovvero 66 milioni di persone. Si tratta di un aumento (+3%) rispetto al 25% del 2018-2019. Inoltre, questo segmento demografico che non consuma alcolici sta guadagnando terreno tra i più anziani, dal 25% dei 21-29enni al 37% degli ultrasessantenni.

Secondo i dati NielsenIQ (che tiene traccia delle vendite nei negozi e nei locali come bar e ristoranti), **la birra e i distillati stanno battendo il vino nel raggiungere i consumatori più giovani, neri e ispanici.**

La fascia demografica in età legale per consumare alcolici, compresa tra i 21 e i 34 anni (Millennials e Generazione Z) rappresenta un quarto della popolazione statunitense. Secondo

NielsenIQ, la quota del vino in questa fascia d'età è stata del 19,2%, mentre i distillati hanno raggiunto il 28,7% e la birra il 29,4%.

Il vino e la birra hanno ottenuto scarsi risultati tra la **popolazione nera statunitense**. Sebbene rappresentino l'11,5% dei residenti statunitensi di età pari o superiore a 21 anni, questo gruppo ha rappresentato solo il 9,7% della quantità di vino venduto a livello nazionale e il 10,7% della birra. I superalcolici hanno ottenuto risultati, con il 16,4% delle vendite.

Gli **ispanici** rappresentano il 16,7% della popolazione sopra i 21 anni, ma sono più propensi ad acquistare birra (21,7%) e distillati (18,5%) piuttosto che vino (14,4%).

Queste statistiche dovrebbero essere un campanello d'allarme per il settore vinicolo statunitense ma **possono rappresentare anche una anticipazione per il mercato e la società italiana che sta diventando sempre più eterogenea e diversificata**.