

Gli Stati Uniti minacciano nuovi dazi sul Prosecco: l'export italiano sotto pressione

scritto da Redazione Wine Meridian | 24 Marzo 2025



Gli Stati Uniti minacciano di introdurre nuovi dazi sul Prosecco dal 2 aprile 2025, rischiando di compromettere l'export agroalimentare italiano. Le aziende del settore reagiscono diversificando i mercati e puntando sulla qualità. FIOL Prosecco e Liquid Hub sottolineano l'importanza della mixology e della distribuzione globale come chiave per superare le difficoltà e trasformare la crisi in opportunità.

Il possibile aumento dei **dazi sui prodotti agroalimentari italiani**, tra cui il Prosecco, rappresenta una sfida significativa per i produttori e le aziende del settore.

Con l'annuncio previsto il 2 aprile da parte degli Stati Uniti di nuove tariffe sui prodotti provenienti dall'Europa, il Prosecco, simbolo della tradizione e della cultura italiana, potrebbe vedere aumentare i costi per i consumatori, influenzando il mercato americano e le dinamiche globali della mixology.

Un contesto economico in evoluzione: dazi e impatti per l'export agroalimentare italiano

Il settore agroalimentare italiano, e in particolare il Prosecco, sta affrontando una fase di incertezze legate all'introduzione di nuovi dazi statunitensi. Se confermato, l'aumento dei dazi potrebbe rendere più costosi i prodotti italiani negli Stati Uniti, uno dei principali mercati di esportazione per il Made in Italy. Le aziende italiane dovranno affrontare una pressione sui costi, con impatti diretti sui consumatori e possibili modifiche nei comportamenti di acquisto.

Le risposte del settore: strategie per affrontare le sfide

Le aziende italiane stanno rispondendo con misure proattive per mitigare l'impatto dei dazi. [**FIOL Prosecco**](#), brand di riferimento nel settore, continua a investire nella qualità e nella promozione del Prosecco come prodotto premium, puntando su **mercati emergenti** come l'Asia e l'America Latina, dove la domanda di prodotti di alta qualità è in continua crescita. Il marchio, con il supporto della sua agenzia di comunicazione **Liquid Hub**, sta implementando una **strategia di diversificazione** per ridurre la dipendenza dal mercato statunitense e ottimizzare la distribuzione globale.

"Nonostante l'incertezza causata dai dazi, la qualità e la versatilità del Prosecco sono punti di forza che continueremo a promuovere. Collaboriamo con i professionisti della mixology per posizionare il nostro prodotto come ingrediente premium nei cocktail più sofisticati, rafforzando la nostra presenza

internazionale”, afferma **Beatrice Saleri**, Marketing Manager di FIOL Prosecco.

Liquid Hub al fianco delle aziende per affrontare la crisi dei dazi

Liquid Hub, agenzia specializzata in marketing e consulenza per il settore beverage, sta assistendo i propri clienti nell'adozione di strategie mirate per affrontare l'aumento dei costi e ottimizzare le operazioni. Ilaria Cervone, fondatrice di Liquid Hub, sottolinea l'importanza di **ottimizzare la supply chain**, rafforzare il **branding** e identificare nuovi canali di distribuzione per mantenere il valore del prodotto e rispondere prontamente alle sfide globali.

“La mixology, come canale di distribuzione, continua a crescere e rappresenta un’opportunità importante per i brand di Prosecco. Continuiamo a supportare le aziende nel rafforzamento della loro presenza nei mercati strategici”, afferma **Ilaria Cervone**.

La resilienza del settore: tra sfide e opportunità future

Nonostante le difficoltà derivanti dai dazi, il settore del Prosecco e in generale quello agroalimentare italiano continuano a dimostrare resilienza. Le aziende si stanno preparando a un futuro in cui l'**innovazione, la qualità e la diversificazione dei mercati saranno fondamentali per superare le sfide economiche**. In questo scenario, l'industria della mixology, che continua a richiedere ingredienti di alta qualità come il Prosecco, gioca un ruolo cruciale nell'espansione dei brand italiani.

L'introduzione di dazi sui prodotti italiani, dunque, potrebbe essere una sfida considerevole per l'industria del Prosecco, ma rappresenta anche un'opportunità per rivedere e ottimizzare le strategie di mercato. Con una continua attenzione alla qualità e all'innovazione, supportata da agenzie specializzate come **Liquid Hub**, i brand italiani possono continuare a

crescere anche in un contesto economico incerto.

Punti chiave

1. **Nuovi dazi USA sul Prosecco minacciano l'export italiano**, aumentando i costi ai consumatori americani.
2. **Le aziende italiane come FIOL Prosecco puntano su mercati emergenti** per mitigare l'impatto delle tariffe USA.
3. **La mixology internazionale diventa un canale strategico** per promuovere il Prosecco italiano e diversificare i mercati.
4. **Liquid Hub supporta le aziende nel rafforzare branding e distribuzione** per rispondere ai dazi USA.
5. **La crisi dei dazi statunitensi spinge il settore italiano verso innovazione e diversificazione** dei mercati globali.