

Constellation Brands ha ritirato le sue previsioni per il 2028.

scritto da Roberto Serra | 9 Aprile 2026



La decisione arriva in un momento di passaggio di leadership e di pressione sui consumatori a basso reddito.

Il ritiro delle previsioni: un segnale allarmante

L'annuncio, avvenuto l'8 aprile, rappresenta una brusca inversione rispetto alla roadmap presentata solo un anno prima. Nell'aprile 2025, infatti, Constellation aveva delineato un [piano di crescita fino al 2028](#), indicando obiettivi di medio termine che oggi vengono temporaneamente

sospesi. La società ha attribuito la mossa a un ambiente di consumo “attenuato”, una definizione che racchiude le difficoltà incontrate nel quarto trimestre e che sarà al centro di una conference call con gli analisti prevista per oggi, 9 aprile. In quell’occasione, intervengono non solo l’uscente CEO Bill Newlands e il CFO Garth Hankinson, ma anche Nicholas Fink, il cui insediamento come nuovo numero uno è imminente. Il ritiro di un outlook a così lungo termine da parte di un player di questa dimensione non è un dettaglio contabile, ma un chiaro segnale di cautela inviato a tutta la filiera, dai produttori ai distributori.

Tra nuovo CEO e consumatori sotto pressione

La fase di incertezza coincide con un delicato passaggio di comando. Lo scorso febbraio, il Consiglio di Amministrazione ha ufficializzato la [nomina di Nicholas Fink](#) come prossimo Presidente e Amministratore Delegato, con effetto dal 13 aprile 2026. Fink si troverà così a gestire un contesto economico sfidante, ben delineato dalla stessa azienda. Nel 2026 fiscale, infatti, i consumatori statunitensi, specialmente quelli appartenenti a famiglie a basso reddito, hanno continuato a subire forti [pressioni finanziarie cumulative](#) a causa dell’inflazione, dell’incertezza macroeconomica e di altri fattori socioeconomici. Questa compressione del potere d’acquisto ha impattato direttamente la domanda per prodotti come birra, vino e liquori, settori in cui Constellation è leader con marchi come Modelo e Corona. La sfida per il nuovo CEO sarà quindi duplice: guidare l’azienda attraverso una congiuntura difficile mentre ne riallinea le prospettive di crescita a lungo termine.

Implicazioni per la filiera del vino

globale

Le decisioni di Constellation Brands risuonano ben oltre il mercato della birra. L'azienda è un produttore e marketer internazionale con operazioni negli Stati Uniti, Messico, Nuova Zelanda e Italia, il che la rende un attore significativo anche nel panorama vitivinicolo globale. La sua cautela riflette tendenze di consumo che potrebbero toccare anche altri operatori del vino. Tuttavia, nonostante le difficoltà, i dati indicano che Constellation ha [guidato il miglioramento del settore birra](#) nel 2026, e che tutti i principali concorrenti, Anheuser-Busch InBev e Molson Coors inclusi, hanno visto le proprie tendenze migliorare. Questo paradosso – un miglioramento settoriale nonostante una domanda generale attenuata – sottolinea la natura competitiva del mercato e la necessità per ogni player di differenziarsi. Per i produttori di vino che operano in mercati maturi o che fanno affidamento su esportazioni verso gli Stati Uniti, l'atmosfera di cautela significa che la resilienza operativa e l'attenzione ai segmenti di consumo più stabili diventano priorità assolute.

In un mercato globale segnato da incertezza economica e transizioni di leadership, i produttori e esportatori di vino devono rafforzare **la propria agilità strategica**, anticipando i cambiamenti nei comportamenti d'acquisto e diversificando sia i mercati di riferimento che le proposte di valore. La mossa di Constellation Brands non è un campanello d'allarme per una crisi, ma un promemoria che anche per i giganti del settore la pianificazione a lungo termine deve fare i conti con la volatilità del presente.