

I vini importati hanno venduto più di quelli americani

scritto da Roberto Serra | 31 Marzo 2026



Il successo arriva nonostante il calo generale dei consumi e le tariffe punitive introdotte nell'aprile 2025.

Mentre a fine marzo 2026 gli operatori vinicoli scrutano l'orizzonte commerciale con Washington, un dato dello scorso anno risuona come un paradosso che costringe a ripensare ogni previsione. Secondo [i recenti dati di NielsenIQ sul mercato 2025](#), nonostante l'introduzione di tariffe punitive, **i vini importati hanno performato meglio dei vini americani** sia in termini di volumi di consumo che di resilienza dei prezzi. Una performance inattesa che ha retto nonostante un calo generale

dei consumi e che segnala un ribaltamento delle dinamiche competitive, obbligando produttori e distributori a strategie agili in un quadro normativo ancora instabile.

Il paradosso delle importazioni: resilienza nonostante le barriere

Il dato che stupisce gli analisti è chiaro: nel 2025, in piena applicazione dei dazi, **i vini d'importazione hanno superato i rivali domestici**. Questo successo si è concretizzato in un contesto generale difficile, con il consumo totale di vino negli Stati Uniti diminuito del 7% lo scorso anno. La tenuta delle importazioni, tuttavia, non ha risparmiato i principali esportatori europei da contrazioni significative. Le esportazioni italiane verso gli USA hanno chiuso il 2025 a 1,75 miliardi di euro, in calo del 9,1% rispetto al 2024. Un'altra analisi conferma la tendenza negativa, indicando per l'Italia un valore di 1.807,7 milioni di euro con un più marcato decremento del 13,21%. Analogo il percorso della Francia, il cui export è sceso del 7,9% a 2.130,4 milioni di euro.

Questo scenario dipinge un mercato in contrazione ma selettivo, dove la capacità di presidio dei vini importati si è rivelata superiore. Un ulteriore segnale della contrazione del settore è l'evaporazione delle cosiddette aziende 'Hot Prospects', quelle con vendite annuali tra 50.000 e 200.000 casse e una crescita costante almeno del 15%. Se nel 2015 se ne contavano 49 (29 americane e 20 straniere), nel 2025 il loro numero si è più che dimezzato, arrivando a sole 28. Questo restringimento del panorama competitivo, unito alla resilienza dei vini importati, suggerisce che le barriere tariffarie non hanno frenato la domanda quanto piuttosto costretto a un ripensamento delle strategie di prezzo e di posizionamento.

La giostra legale: dai dazi di Trump alla sentenza della Corte Suprema

La volatilità che gli operatori devono gestire affonda le radici in una precisa sequenza politica e giudiziaria. Ad aprile 2025, il presidente degli Stati Uniti Donald Trump annunciò un ampio pacchetto di dazi all'importazione, definendo quella data "Giorno della Liberazione". [I Liberation Day tariffs](#) si concretizzò con la firma dell'Ordine Esecutivo 14257. L'iter tariffario per il vino è stato particolarmente tortuoso: le tariffe furono imposte inizialmente al 10% nell'aprile 2025, per poi essere inasprite al 15% ad agosto. La svolta è arrivata lo scorso febbraio, quando la Corte Suprema degli Stati Uniti ha annullato i dazi con una decisione 6 a 3. [La sentenza della Corte Suprema](#) si è basata sul principio che l'International Emergency Economic Powers Act del 1977 non autorizzava l'imposizione di dazi generalizzati senza l'esplicita approvazione del Congresso.

Questa vittoria legale per il settore, tuttavia, non ha chiuso la partita. Le tariffe sono state infatti ripristinate, seppure a un livello inferiore, e sono attualmente fissate al 10% con scadenza al 24 luglio 2026. Questo limbo crea un'orizzonte di incertezza per produttori e importatori, che devono pianificare le proprie strategie commerciali in attesa di possibili nuove mosse dell'amministrazione statunitense dopo quella data.

Strategie sul campo: assorbire i costi o puntare sulla qualità?

In questo quadro altalenante, la risposta immediata della filiera è stata pragmatica. Durante l'ultima implementazione delle tariffe, come riportato da un'analisi di Forbes, produttori, importatori e distributori hanno lavorato per attenuare l'impatto sui consumatori, riducendo i propri margini. Questa mossa ha senza dubbio contribuito a sostenere

le vendite dei vini importati nonostante il sovrapprezzo doganale. Tuttavia, la strategia ha i suoi limiti in un mercato dove i consumi sono in calo strutturale: già a dicembre 2024, i dati di consumo mostravano una contrazione del 7,2% per il vino e del 3,7% per i superalcolici.

La domanda cruciale per il futuro immediato è come prepararsi a eventuali nuovi aumenti. L'esperienza passata suggerisce che l'onere tariffario rischia di riversarsi interamente sul prezzo finale. Come sottolineato dagli esperti, se venisse imposto un dazio del 20%, i consumatori potrebbero aspettarsi di vedere un aumento del 20% sui vini importati. In uno scenario di questo tipo, **la flessibilità operativa e la capacità di comunicare il valore** diventano armi decisive. Per esportatori come quelli italiani e francesi, la sfida non è più solo nei dazi, ma nella capacità di adattarsi a un mercato volatile: la scelta strategica si gioca tra l'assorbimento parziale dei costi per mantenere le quote di mercato e un rafforzamento dell'investimento sulla qualità e sulla distintività, per giustificare prezzi più elevati agli occhi di un consumatore sempre più selettivo.