Stati Uniti, consumo di vino ancora in discesa: i numeri UIV

20260202121425vino

Chiudono in discesa, per il quinto anno consecutivo, i consumi complessivi di vino negli Stati Uniti, primo mercato della domanda mondiale con un controvalore al dettaglio di circa 60 miliardi di dollari l'anno, di cui 8 miliardi spesi solo per i prodotti italiani. Secondo le elaborazioni di Unione italiana vini (Uiv) su base Sipsource, le vendite della distribuzione nei supermercati, enoteche, ristoranti e locali sono infatti scese dell'8,8% a volume e del 7,2% a valore. Anche l'Italia chiude in rosso il 2025, ma con decrementi più contenuti (-5,2% i volumi, -3% i valori) rispetto a una media fortemente condizionata dalla crisi dei prodotti statunitensi, che evidenziano contrazioni nei volumi vicine al 10%. A contenere il calo dei vini tricolori – secondo l'Osservatorio Uiv – è però principalmente il Prosecco (+3,7% i valori), autentico mattatore d'oltreoceano, oltre ad alcune intramontabili denominazioni rossiste, come Chianti Classico e Brunello di Montalcino. In difficoltà tutte le altre principali Dop, nonostante l'Italia rimanga ben salda al comando dei consumi di vini d'importazione in un anno che ha svelato la nuova leadership delle vendite – anche a valore – nella categoria sparkling: 47,5% la quota per le bollicine del Belpaese, 46% quella francese.

Per il presidente di Unione italiana vini (Uiv), Lamberto Frescobaldi: "Negli ultimi 4 anni i volumi consumati negli Usa si sono contratti di circa il 20%; è andata meglio ai vini italiani, che secondo le nostre stime hanno ceduto circa il 12%. In questa situazione di debolezza del mercato, fortemente condizionato anche da una diminuzione del potere di acquisto, il contesto dei dazi risulta ancor più impattante, specie se si considerano i primi rialzi di prezzi tra gli scaffali. Nel mese di dicembre riscontriamo infatti una crescita tendenziale dei prezzi attorno al 4%, nonostante i produttori italiani nell'ultimo semestre abbiano tagliato i propri listini in media del 10%. In questa difficile fase sarebbe invece più opportuno che ognuno facesse la propria parte per tenere viva la domanda: noi la stiamo facendo, il trade americano molto meno, e questo rischia di rivelarsi un boomerang anche e soprattutto per loro. Dobbiamo infine constatare l'esigenza di accelerare su nuovi accordi di libero scambio a fronte delle chiusure statunitensi, sul cui cambio di rotta abbiamo poche speranze. Gli Usa – ha concluso Frescobaldi - rimangono una piazza insostituibile per il nostro vino ma, con un export che chiuderà il 2025 in calo del 9% a valore, ogni nuova partnership è un'opportunità, e un dovere, da

cogliere, a partire da Mercosur e India”.
Nell’analisi dell’Osservatorio Uiv su base Sipsource – la piattaforma dei distributori Usa che misura gli scarichi di magazzino di prodotti diretti al punto vendita – gli spumanti italiani sono l’unica tipologia a registrare una crescita nei valori commercializzati (+2,1%). Contengono le perdite i vini rossi (-3,9% a fronte di -10,1% complessivo della categoria) mentre i bianchi scendono del 5,3%. In caduta di circa 20 punti sia i rosati che gli aromatizzati. Gli share dei consumi Usa per tipologia vedono un ulteriore allungo degli spumanti: oggi le bollicine valgono il 40% della spesa americana per le bottiglie italiane, seguite dai bianchi (28%), dai rossi (17%), dagli aromatici (4%) e dai rosati (3%). Nella geografia dei consumi di vino tricolore domina il South (48%), seguito dal Northeast (18%), West (17%) e Midwest (16%).
Tra i competitor, la Francia è riuscita a mantenere praticamente invariati i valori delle proprie vendite su base annua (-0,2%), grazie soprattutto ai bianchi e alla performance stabile degli Champagne. Giù la Spagna (-4,7%). Tra i produttori del Nuovo Mondo, la Nuova Zelanda – leader nei bianchi – contiene le perdite (-2,9%) che invece sono in doppia cifra per gli altri (dall’Australia al Cile all’Argentina) e con i vini Usa, che valgono il 67% del totale dei consumi statunitensi a valore, a -8,6%.

Per il quinto anno consecutivo i consumi di vino sono in discesa negli Stati Uniti, primo mercato della domanda mondiale con un controvalore al dettaglio di circa 60 miliardi di dollari l’anno, di cui 8 miliardi spesi solo per i prodotti italiani.

A fotografare l’ennesima di scena ci pensa Unione italiana vini (UIV), che annuncia le elaborazioni su base Sipsource, e certifica come le vendite della distribuzione nei supermercati, enoteche, ristoranti e locali siano calate dell’8,8% a volume e del 7,2% a valore.

Chiude in rosso anche l’Italia, ma con decrementi più contenuti (-5,2% i volumi, -3% i valori) rispetto a una media fortemente condizionata dalla crisi dei prodotti statunitensi, che evidenziano contrazioni nei volumi vicine al 10%. A contenere il calo dei vini tricolori - secondo Uiv - è però principalmente il Prosecco (+3,7% i valori), autentico mattatore d’oltreoceano, oltre ad alcune intramontabili denominazioni rossiste, come Chianti Classico e Brunello di Montalcino. In difficoltà tutte le altre principali Dop, nonostante l’Italia rimanga ben salda al comando dei consumi di vini d’importazione in un anno che ha svelato la nuova leadership delle vendite - anche a valore - nella categoria sparkling: 47,5% la quota per le bollicine del Belpaese, 46% quella francese.

Per il presidente di Unione italiana vini, Lamberto Frescobaldi, «*Negli ultimi quattro anni i volumi consumati negli Usa si sono contratti di circa il 20%; è andata meglio ai vini italiani, che secondo le nostre stime hanno ceduto circa il 12%. In questa situazione di debolezza del mercato, fortemente condizionato anche da una diminuzione del potere di acquisto, il contesto dei dazi risulta ancor più impattante, specie se si considerano i primi rialzi di prezzi tra gli scaffali. Nel mese di dicembre riscontriamo infatti una crescita tendenziale dei prezzi attorno al 4%, nonostante i produttori italiani nell'ultimo semestre abbiano tagliato i propri listini in media del 10%. In questa difficile fase sarebbe invece più opportuno che ognuno facesse la propria parte per tenere viva la domanda: noi la stiamo facendo, il trade americano molto meno, e questo rischia di rivelarsi un boomerang anche e soprattutto per loro. Dobbiamo infine constatare l'esigenza di accelerare su nuovi accordi di libero scambio a fronte delle chiusure statunitensi, sul cui cambio di rotta abbiamo poche speranze. Gli Usa rimangono una piazza insostituibile per il nostro vino ma, con un export che chiuderà il 2025 in calo del 9% a valore, ogni nuova partnership è un'opportunità, e un dovere, da cogliere, a partire da Mercosur e India*».

BENE GLI SPUMANTI ITALIANI

Nell'analisi dell'Osservatorio Uiv, gli spumanti italiani sono l'unica tipologia a registrare una crescita nei valori commercializzati (+2,1%). Contengono le perdite i vini rossi (-3,9% a fronte di -10,1% complessivo della categoria) mentre i bianchi scendono del 5,3%. In caduta di circa 20 punti sia i rosati che gli aromatizzati. Gli share dei consumi Usa per tipologia vedono un ulteriore allungo degli spumanti: oggi le bollicine valgono il 40% della spesa americana per le bottiglie italiane, seguite dai bianchi (28%), dai rossi (17%), dagli aromatici (4%) e dai rosati (3%). Nella geografia dei consumi di vino tricolore domina il South (48%), seguito dal Northeast (18%), West (17%) e Midwest (16%).

Tra i competitor, la Francia è riuscita a mantenere praticamente invariati i valori delle proprie vendite su base annua (-0,2%), grazie soprattutto ai bianchi e alla performance stabile degli Champagne.