vinetur

Le vendite di Champagne sfidano il calo del vino negli Stati Uniti con un aumento dei ricavi del 14,7%

I dati SipSource hanno mostrato che anche Prosecco e le bottiglie oltre i 50 dollari hanno sovraperformato durante un calo di mercato di tre mesi.

giovedì 17 settembre 2026



Le vendite di vino negli Stati Uniti sono rimaste sotto pressione negli ultimi mesi, ma i vini spumanti e le bottiglie di fascia più alta hanno registrato incrementi che si sono distinti rispetto al calo più ampio, secondo i nuovi dati diffusi mercoledì dal tracker SipSource della Wine & Spirits Wholesalers of America.

I dati mostrano che, negli ultimi tre mesi, i ricavi dello Champagne sono aumentati del 14,7% e quelli del Prosecco del 10,2%. Anche il Sauvignon Blanc è salito, con ricavi in crescita del 3,2%. Questi aumenti sono arrivati nonostante vino e spirits insieme abbiano registrato un calo complessivo del 6% sia in volume sia in valore, a conferma di un mercato diviso in cui alcune categorie continuano ad attirare acquirenti mentre il business più ampio si indebolisce.

I dati SipSource hanno evidenziato anche una performance più solida nella parte alta del mercato. I vini con prezzo superiore a 16 dollari hanno fatto meglio delle fasce più economiche, e il segmento da 50 dollari e oltre ha registrato un aumento dello 0,9%. Secondo il tracker, ciò lo ha reso l'unica fascia di prezzo del vino a rimanere in territorio positivo durante una fase di mercato in calo di circa il 6%.

I numeri suggeriscono che i consumatori stiano ancora spendendo per bottiglie legate a celebrazioni e occasioni speciali, anche se gli acquisti di vino più abituali si indeboliscono. Champagne e Prosecco, entrambi strettamente associati a eventi sociali e momenti di ritrovo, hanno superato il mercato più ampio con un ampio margine. La crescita del Sauvignon Blanc è stata più contenuta, ma si è comunque distinta dal calo generale.

Questa divergenza conta per l'intero settore delle bevande perché potrebbe influenzare nel breve termine le decisioni su assortimento, prezzi e inventari. Per grossisti, dettaglianti e produttori attivi nel mercato statunitense, gli ultimi dati possono offrire un segnale più chiaro su quali segmenti del vino stiano reggendo meglio in un contesto di domanda più debole. Se il trend dovesse continuare, le aziende potrebbero dare maggiore enfasi ai vini spumanti e alle offerte premium invece di inseguire i volumi nelle categorie più deboli.

I dati di SipSource aggiungono un tassello a un quadro di mercato che non sta calando in modo uniforme tra i prodotti. Pur restando negativa la direzione complessiva, i guadagni nei vini spumanti e nelle fasce di prezzo più alte indicano che il ridimensionamento dei consumi è più selettivo che generalizzato. Gli acquirenti sembrano tagliare in alcune aree ma continuare a fare spazio a prodotti percepiti come di qualità più alta o più legati alle occasioni.

L'aumento dei ricavi del 14,7% dello Champagne è stato il risultato più forte citato nel rapporto, seguito dal Prosecco con il 10,2%. Questi aumenti a doppia cifra erano rilevanti alla luce del contesto di mercato più ampio. La crescita del 3,2% del Sauvignon Blanc è stata più contenuta, ma rappresentava comunque un andamento positivo in un momento in cui gran parte del mercato stava perdendo terreno.

Il contrasto tra vini premium e vini a prezzo più basso è emerso chiaramente anche nei dati sui prezzi. I vini oltre i 16 dollari hanno superato le bottiglie più economiche, e il fatto che il segmento sopra i 50 dollari sia rimasto positivo, anche se solo dello 0,9%, suggerisce che alcuni consumatori continuano a salire di fascia nonostante la pressione sulla categoria nel suo complesso. Questo potrebbe essere importante per i margini, dato che le bottiglie premium spesso garantiscono rendimenti più solidi rispetto ai vini di fascia value.

SipSource, che monitora le uscite dal canale all'ingrosso statunitense e i trend di vendita, è seguita da vicino da produttori e distributori alla ricerca di segnali di cambiamento della domanda. In questo caso, l'ultima rilevazione su tre mesi indica resilienza in un insieme limitato di categorie più che una ripresa generalizzata del vino. Il mercato più ampio resta in calo, ma la performance migliore dei vini spumanti e delle cuvée premium indica che alcune aree del business stanno ancora trovando sostegno da parte di consumatori disposti a spendere per acquisti legati alle occasioni.