

Notizie sul mercato americano delle bevande e degli alimentari

Come è cambiata la **distribuzione di vino negli Stati Uniti**

I grandi protagonisti in un settore in declin. I principali produttori **si adattano al mercato**

Nomi storici in calo, **nuovi protagonisti in ascesa**

U.S. Food and Drug Administration (FDA) ricorda l'importanza di **registrare gli stabilimenti alimentari**

Dichiarazione di Chris Swonger in merito al proclama presidenziale che impone un **dazio del 50% sui liquori provenienti dal Canada**



Come è cambiata la distribuzione di vino negli Stati Uniti

Mark Chaplin, Presidente della divisione vendite commerciali di Southern Glazer's Beverage Co., ci illustra come una delle più importanti aziende statunitensi del settore delle bevande alcoliche affronta i temi della crescita, della velocità di rotazione, della strategia di gestione dei clienti, dei dati e dell'esecuzione operativa in un Podcast su YouTube intitolato "How distribution really works":

<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=3BCzV3eIUk>



I grandi protagonisti in un settore in declino I principali produttori si adattano al mercato

da un articolo di Andrew Adamo (da Wine Business, 14 luglio, 2026)

Il mercato del vino continua a subire trasformazioni radicali a causa del calo dei consumi e delle vendite, costringendo alcuni dei maggiori produttori a ridimensionarsi.

Tuttavia, altre aziende sono cresciute colmando i vuoti lasciati dai concorrenti, creando reti di distribuzione nazionali in un mercato all'ingrosso profondamente mutato e ritagliandosi uno spazio nel segmento delle *private label* (marchi del distributore). Il settore sembra destinato a una crescente polarizzazione, con un numero ridotto di grandi produttori dotati della capacità e della rete distributiva necessarie per competere in un mercato nazionale più ristretto.

Le migliaia di aziende che costituiscono la cosiddetta "coda lunga" del comparto vinicolo statunitense – ovvero quelle con una produzione inferiore alle 5.000 casse – subiscono le stesse pressioni, ma potrebbero non avere la volontà o la capacità di adattarsi con la stessa rapidità delle grandi società quotate in borsa. È lecito presumere che sia già in atto una polarizzazione – seppur più silenziosa e meno visibile – tra le piccole aziende che dispongono delle risorse per sopravvivere in un mercato che, entro la fine del decennio, potrebbe ridursi del 50%.

Nomi storici in calo, **nuovi protagonisti** in ascesa

La capacità produttiva totale stimata delle prime 50 aziende vinicole è diminuita in modo analogo al calo dei volumi di mercato e dei consumi. Nel 2019, la produzione totale stimata delle 50 maggiori aziende vinicole statunitensi sfiorava i 306 milioni di casse; entro il giugno 2026, tale cifra è scesa del 19%, attestandosi a 247 milioni di casse, secondo i dati di produzione del database.

Il cambiamento più significativo nelle classifiche – e nel settore vinicolo in generale – è la trasformazione di Constellation Brands in un'azienda vinicola di dimensioni molto più ridotte. Sebbene l'anno scorso si fosse parlato di una possibile uscita totale di Constellation dal comparto vinicolo – ipotesi poi non concretizzatasi – l'azienda ha comunque ridotto drasticamente la propria presenza nel settore: ha licenziato personale, chiuso cantine e sale degustazione e ceduto una vasta gamma di marchi, stabilimenti e vigneti a The Wine Group, in un'operazione da 850 milioni di dollari conclusasi nel 2025.

Per quanto il settore vinicolo cambi, alcuni aspetti rimangono immutati. Il volume di vendite di vino della ditta Gallo è stato stimato intorno ai 90 milioni nella classifica "Top 50", posizione che l'azienda mantiene saldamente al primo posto con un ampio margine di vantaggio. Al secondo posto, The Wine Group si conferma stabile su volumi di vendita pari a circa la metà di quelli di Gallo, mentre Trinchero mantiene la terza posizione.

Non è mai stato facile per le aziende vinicole di fascia intermedia – quelle che producono tra le 50.000 e le 500.000 casse – poiché tale livello produttivo richiede costi fissi elevati per sostenere una rete di vendita diversificata, senza però offrire le economie di scala di cui godono i produttori più grandi. A causa delle perturbazioni senza precedenti nel mercato all'ingrosso, del calo dei consumi tra i clienti abituali, della spietata concorrenza nel settore della ristorazione (*on-premise*) e dell'andamento altalenante del mercato della vendita diretta al consumatore, è diventato molto più difficile mantenere i volumi di vendita che avevano alimentato l'aumento della produzione.

In un mercato in contrazione, per questi produttori di fascia media sarà più difficile ottenere nuovi investimenti o finanziamenti per una crescita strategica; molti potrebbero inoltre faticare a mantenere o acquisire spazi distributivi nei mercati chiave. Le aziende più grandi, che hanno confermato le loro posizioni di vertice o scalato la classifica, dispongono tutte di solide partnership all'ingrosso, grazie alla forza di determinati marchi, a reti di vendita interne e a collaborazioni consolidate con i rivenditori.

Il database delle aziende vinicole conta attualmente 254 produttori con volumi compresi tra le 50.000 e le 500.000 casse, distribuiti su tutto il territorio statunitense (di cui 146 in California). Queste aziende rappresentano circa il 2% del totale delle cantine USA, ma contribuiscono per circa il 15% alla produzione vinicola nazionale complessiva.



La U.S. Food and Drug Administration (FDA) ricorda alle aziende l'importanza di **registrare i propri stabilimenti alimentari presso l'FDA solo quando previsto e di proteggere le informazioni relative alla registrazione dello stabilimento alimentare (FFR - Food Facility Registration)** da potenziali usi impropri.

L'FDA ha rilevato diverse problematiche riguardanti i casi in cui la registrazione è obbligatoria e il potenziale uso improprio della FFR, tra cui:

- Un aumento delle aziende che registrano i propri stabilimenti presso l'FDA pur non essendo tenute a farlo.
- Società terze o "registrar" che richiedono il numero FFR, il PIN, il nome utente e/o la password FIS-FURLS per verificare lo stato della registrazione, senza alcun titolo ufficiale.
- TikTok Shop e altre piattaforme di vendita di terze parti che richiedono alle aziende alimentari di fornire una copia della registrazione FDA dello stabilimento o un certificato, nell'ambito della procedura di inserimento dei prodotti in catalogo.



Le problematiche sopra indicate possono creare difficoltà sia per le aziende coinvolte che per l'FDA, tra cui:

- Rischi per la sicurezza: possedere un numero FFR senza che sia necessario e condividerlo con piattaforme di terze parti espone al rischio che soggetti malintenzionati utilizzino in modo improprio le informazioni di registrazione per scopi fraudolenti. Fornendo il numero FFR e il PIN (o nome utente e password), tali entità possono collegare la vostra FFR ai propri account FIS-FURLS. Una volta effettuato il collegamento, possono visualizzare, modificare o persino cancellare la vostra FFR. Per verificare lo stato della FFR, utilizzate sempre il sito web ufficiale dell'FDA disponibile qui.
- Confusione normativa: effettuare la registrazione pur essendo esenti o non tenuti a farlo può sottoporre lo stabilimento a ispezioni non necessarie o generare confusione in merito agli obblighi di conformità.
- Pressione sulle risorse dell'FDA: le registrazioni non necessarie sottraggono risorse dell'FDA destinate al monitoraggio degli stabilimenti effettivamente tenuti alla registrazione, inclusi quelli che comportano rischi maggiori per la sicurezza alimentare.

Se la vostra azienda è registrata presso l'FDA, è fondamentale proteggere le informazioni relative alla FFR. Di seguito sono riportate alcune misure adottabili per garantire la sicurezza dei dati aziendali:

- Non condividere mai il nome utente e la password FIS-FURLS relativi a qualsiasi sistema di registrazione FDA. Ogni account FIS-FURLS è destinato alla persona che lo ha creato e non deve essere condiviso.
- Qualora fosse necessario coinvolgere altro personale nella gestione delle registrazioni o di altri invii di dati, il titolare dell'account può creare dei sotto-account per tali collaboratori. Si ricorda che la FDA non richiede di comunicare il proprio numero FFR a terzi. Le informazioni relative all'FFR non sono di dominio pubblico.



Dichiarazione di Chris Swonger, Presidente e CEO del Distilled Spirits Council of the United States, in merito al proclama presidenziale del Presidente Trump che impone un **dazio del 50% sui liquori provenienti dal Canada (19 agosto):**

“Da quasi un anno e mezzo, gli alcolici statunitensi vengono ritirati dagli scaffali in gran parte del Canada, vittime collaterali di una più ampia controversia commerciale estranea al nostro settore; apprezziamo il fatto che l'Amministrazione abbia riconosciuto i gravi danni che tali restrizioni hanno causato ai produttori di alcolici statunitensi. Tuttavia, speravamo che la questione potesse risolversi senza un'ulteriore escalation. L'imposizione di un dazio del 50% sugli alcolici importati dal Canada aggrava le tensioni commerciali e aumenta il rischio di ulteriori ritorsioni, proprio mentre molte imprese statunitensi del settore dell'ospitalità continuano ad affrontare difficoltà economiche. Esortiamo i decisori politici di entrambe le parti del confine a perseguire una soluzione negoziata che ripristini l'accesso al mercato per i liquori statunitensi ed eviti ulteriori danni al settore dell'ospitalità degli Stati Uniti.”

Lo studio D. Grosser and Associates, Ltd, fondato nel 1984, fornisce consulenza alle aziende che operano negli Stati Uniti, organizza seminari specifici su richiesta e pubblica newsletter settoriali per i clienti.

In Italia, lo Studio Grosser è rappresentato da: Paola Ligabue Consulting – 42121 Reggio Emilia. Tel. +39 348 2218493 e-mail paola@paolaligabueconsulting.eu. Donato Grosser, tel. 001 212 661-0435, grosserconsulting@gmail.com