

Food & Agroalimentare - *Vino italiano, la sfida americana riparte da New York: "Un patto con i ristoranti per rilanciare le vendite"*

Roma - 26 ott 2026 (Prima Notizia 24) **Coldiretti e Filiera Italia: negli Stati Uniti persi 300 milioni di euro in un anno e mezzo. La qualità della vendemmia sostiene il settore, ma sulle aziende pesano costi elevati e prezzi in calo.**

Il vino italiano cerca il rilancio negli Stati Uniti e mette sul tavolo una proposta: un patto con la ristorazione per rendere le bottiglie più accessibili ai consumatori e garantire maggiore valore ai produttori. L'iniziativa arriva da Coldiretti e Filiera Italia in occasione dell'apertura di Vinitaly a New York, due giorni di appuntamenti commerciali e promozionali in un mercato decisivo per le cantine italiane. Il punto di partenza è un bilancio difficile. Secondo l'analisi delle due organizzazioni, nell'ultimo anno e mezzo le vendite di vino italiano negli Usa hanno perso 300 milioni di euro in valore. A incidere, spiegano, sono stati i dazi dell'amministrazione Trump, l'indebolimento del dollaro e le tensioni internazionali, che hanno complicato gli scambi e reso più oneroso l'acquisto dei prodotti importati. L'interesse per le etichette italiane, tuttavia, rimane elevato. Il Prosecco, in particolare, viene indicato come uno dei prodotti che hanno resistito meglio alle difficoltà del mercato. Su questa popolarità punta anche Enoteca Coldiretti, tornata negli Stati Uniti in collaborazione con Veronafiere per consolidare i rapporti commerciali e far conoscere territori e produzioni. A sostenere le aspettative delle imprese è soprattutto la qualità della nuova vendemmia. Coldiretti stima per il 2026 una contrazione produttiva compresa tra il 10 e il 15%, accompagnata però da uve di qualità particolarmente elevata. Secondo l'organizzazione, il caldo ha ridotto le rese e aumentato il grado zuccherino, limitando al contempo gli attacchi dei parassiti. La qualità, da sola, non basta però a mettere al riparo i bilanci. I prezzi riconosciuti ai produttori, denuncia Coldiretti, registrano flessioni che in alcuni casi superano il 20% rispetto all'anno precedente. Nel frattempo, le aziende devono sostenere costi elevati per energia, vetro, plastica e altri materiali necessari alla produzione e al confezionamento. È in questo quadro che si inserisce la richiesta di un'intesa con i ristoratori, a partire da quelli internazionali. Nel mirino delle organizzazioni ci sono i ricarichi applicati alle bottiglie: quando il prezzo dalla cantina al tavolo cresce eccessivamente, sostengono, il rischio è di scoraggiare gli ordini senza assicurare benefici adeguati a chi produce. "Il futuro del vino italiano si riassume in tre parole: redditizio, accessibile e piacevole", ha dichiarato Luigi Scordamaglia, responsabile delle aree Mercati, Internazionalizzazione e Politiche europee di Coldiretti e amministratore delegato di Filiera Italia, intervenendo all'inaugurazione della manifestazione. "Redditizio, perché senza margini non ci sono investimenti e futuro; accessibile, perché il vino non può diventare un lusso per pochi; piacevole, perché è cultura, convivialità e stare insieme", ha aggiunto Scordamaglia. Un equilibrio che, nella proposta delle

organizzazioni, dovrebbe tenere insieme sostenibilità economica delle aziende e capacità di raggiungere il pubblico. "Essere forti nel mondo significa prima di tutto dare valore ai produttori. Promuovere il vino italiano non vuol dire solo vendere più bottiglie, ma difendere la filiera e il suo valore", ha sottolineato. La posta in gioco riguarda uno dei comparti più riconoscibili dell'agroalimentare nazionale. Secondo i dati richiamati da Coldiretti e Filiera Italia, il settore supera i 16 miliardi di euro di fatturato, conta 241mila imprese viticole e occupa una superficie di 681mila ettari. A caratterizzarlo è anche la diversità delle produzioni, con 635 varietà di uve iscritte al registro nazionale. Da New York, dunque, il rilancio passa attraverso una questione concreta: trovare un prezzo che permetta alle cantine di investire e ai consumatori di continuare a scegliere il vino italiano.

(Prima Notizia 24) Lunedì 26 Ottobre 2026