

Il bicchiere mezzo vuoto: perché l'industria dell'alcol sta entrando in crisi

Dal giugno 2021 a oggi, l'industria globale degli alcolici ha bruciato circa 830 miliardi di dollari di capitalizzazione di mercato. L'indice *Bloomberg* che monitora le cinquanta principali aziende quotate del settore segna un -46% rispetto al picco. Secondo gli analisti non si tratta di una crisi momentanea, ma di una trasformazione strutturale del mercato.

Nel 2025, nei 22 principali mercati mondiali che [rappresentano](#) circa il 75% del consumo globale, i volumi complessivi di alcol sono diminuiti del 2% e il valore del 4%. Una forbice che mostra il fatto che non solo si beve meno, ma si è più cauti anche nello spendere. Il 24% degli adulti a livello globale ha smesso del tutto di bere nel 2025, un record, in aumento del 19% rispetto al 2022. Laurence Whyatt di *Barclays*, citata da *Bloomberg*, ha sintetizzato così: "Abbiamo visto quattro volte l'impatto della crisi finanziaria sui consumi di alcol".

Le **cause** sono stratificate. La prima è **culturale**: il movimento che predica la moderazione e che può essere riassunto con l'espressione "bere meno, ma meglio", ha smesso di essere una tendenza di nicchia per diventare sempre più diffuso, spinto dall'attenzione alla salute mentale e fisica, dai costi della vita in aumento e dalla crescita di un'offerta analcolica sempre più sofisticata. La seconda è **demografica**, ma con un paradosso. La narrativa dominante dà la colpa alla Gen Z astemia: i dati più recenti la smentiscono parzialmente. [Secondo](#) IWSR, la quota di adulti Gen Z che ha consumato alcol nei sei mesi precedenti è salita dal 66% nel marzo 2023 al 73% nel marzo 2025, sostenendo che il calo giovanile fosse in parte finanziario, e non solo ideologico. Anche perché dai dati risulta che chi ha redditi più alti, beve di più. La terza causa, meno nota, è **farmacologica**. L'EY-Parthenon GLP-1 Consumer Survey del marzo 2025, [racconta](#) che il 44% degli utenti di farmaci come Ozempic e Wegovy beve meno dopo aver iniziato il trattamento, e l'82% mantiene queste abitudini anche dopo averlo sospeso. Non è ancora un fenomeno di massa, ma è una variabile strutturale che il settore non può ignorare.

A complicare ulteriormente il quadro c'è un competitor che fino a pochi anni fa non esisteva: le bevande alla **cannabis**, negli Stati in cui è legale. In diversi stati USA, infatti, bibite e bevande che contengono THC, il principio attivo e stupefacente della pianta, vengono [vendute](#) fuori dai dispensari tradizionali, nei negozi di liquori e nei minimarket. Il mercato globale di questi prodotti è proiettato a sfiorare i 3 miliardi di dollari entro il 2032 (Forbes Business Insights). I grandi gruppi alcolici hanno risposto con una strategia doppia: da un lato pressioni normative per limitare la concorrenza, dall'altro acquisizioni dirette nel settore: Constellation Brands ha investito pesantemente in Canopy Growth, Anheuser-Busch InBev ha lanciato proprie linee a base di CBD. Il principio, per chi controlla il mercato, è semplice: se non puoi batterli, comprali, ed è ciò che sta avvenendo.

La previsione più autorevole arriva da IWSR, che ha [pubblicato](#) la sua prima analisi

Il bicchiere mezzo vuoto: perché l'industria dell'alcol sta entrando in crisi

decennale su 160 mercati. Il consumo globale di alcol continuerà a scendere **almeno fino al 2031**, per poi stabilizzarsi: nel 2035 i volumi complessivi resteranno solo dell'1% sotto i livelli del 2025, nonostante una popolazione mondiale in età legale cresciuta del 9%. Tradotto: il pianeta avrà molti più consumatori potenziali e berrà comunque meno. Le categorie non saranno colpite in modo uniforme: il vino perderà il 14% dei volumi nel decennio, i distillati il 2%, la birra l'1%. Cresceranno invece i ready-to-drink - cocktail premiscelati e simili - del 17%. La stabilizzazione dal 2031 sarà trainata dalla crescita della popolazione in età legale nei mercati emergenti e da un riequilibrio geografico del consumo globale.

L'Italia è il Paese **più esposto** d'Europa a questa doppia crisi, strutturale e commerciale. La filiera nazionale di vino, spirits e aceti vale 21,5 miliardi di euro, conta oltre 40mila imprese a carattere industriale e garantisce l'occupazione di oltre 81mila addetti diretti. Sul mercato interno, i [dati](#) YouGov certificano una contrazione del 6% dei consumi familiari tra il 2023 e il 2025, con le alternative analcoliche che guadagnano terreno. Nei consumi fuori dalle mura domestiche la situazione è peggiore: nel primo quadrimestre 2025, vino e bollicine hanno segnato rispettivamente -12% e -13% rispetto allo stesso periodo del 2024, con cocktail e amari anch'essi in calo.

Ma è l'**export** il nervo scoperto. L'export di vino italiano verso gli USA vale circa 2 miliardi di euro, il 24% dell'export totale, e il vino italiano rappresenta il 40% dell'intero export europeo di vino verso gli Stati Uniti, un'esposizione nettamente superiore a Francia (20%) e Spagna (11%). Quando Washington ha esteso le tariffe ai vini europei ad aprile 2025, l'Italia era la più vulnerabile. Il valore complessivo dei dazi statunitensi sul vino importato ha raggiunto 492,2 milioni di dollari nel 2025, rispetto agli 81,8 milioni del 2024. Per il vino italiano l'aliquota effettiva nel 2025 è stata dell'8,8%, media ponderata tra il 10% applicato da aprile ad agosto e il 15% scattato poi ad agosto. A un anno dall'entrata in vigore delle tariffe, le esportazioni italiane negli USA hanno registrato una flessione del 17%, passando da 1,99 a 1,65 miliardi di euro, per una perdita secca di oltre 340 milioni. Nei primi due mesi del 2026, le spedizioni verso gli USA sono **calate del 34%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Le aziende hanno risposto abbassando i **prezzi** per limitare il danno sul consumatore finale, ma a proprie spese. Il prezzo medio dei vini fermi italiani negli USA è crollato da 6,55 euro al litro a inizio 2025 a 5,07 a inizio 2026, un calo del 21%. Gli spumanti sono scesi da 5 a 4,2 euro al litro (-16%). Margini compressi, non recuperabili nel breve periodo. Il presidente di Federvini Giacomo Ponti ha definito il 2025 un anno di prova "con un'intensità senza precedenti". La risposta del settore punta sulla **diversificazione**: l'accordo UE-Mercosur apre un mercato di 260 milioni di consumatori potenziali, mentre l'intesa con l'India - che

Il bicchiere mezzo vuoto: perché l'industria dell'alcol sta entrando in crisi

riduce i dazi sul vino dal 150% al 20-30% - ha già prodotto risultati per il Prosecco, con un export cresciuto del 165%. Strade promettenti, ma che richiederanno anni per compensare la perdita del primo mercato al mondo.

Non tutte le aziende italiane navigano nella stessa direzione. Campari Group (Aperol, Campari, Grand Marnier) ha chiuso il 2025 con vendite a 3,05 miliardi di euro e una crescita organica del 2,4%. La ricetta: concentrazione sugli aperitivi, mercati emergenti, portafoglio no-alcol in espansione. È la direzione che il settore nel suo complesso fatica ad imboccare con la stessa velocità. Il 2026, secondo l'Osservatorio UIV (Unione Italiana Vini), è "l'anno della verità". Con i dazi americani al 15% a regime pieno e la domanda interna che non mostra segnali di ripresa, le imprese meno strutturate rischiano di non reggere: non è la fine di un settore, ma il cambiamento di un modello di crescita che durava da trent'anni.



Mario Catania

Giornalista professionista dal 2011, si occupa di inchieste, reportage e attualità. Ha lavorato per la carta stampata, per l'online e come videoreporter, spaziando dalla cronaca alla politica e tematiche ambientali. Autore di libri e saggi, per *L'Indipendente* coordina i lavori del mensile.