# Osservatorio Uiv, negli Stati Uniti cresce il consumo di Prosecco tra le donne e aumentano le esportazioni. Bene le coste Atlantica e Pacifica

20250513152158prosecco-ef52bf6e

**Cresce il consumo di Prosecco da parte delle donne negli Stati Uniti**, dove il vino registra un tasso di penetrazione medio del **24%**, che sale al **28% tra il pubblico femminile**, evidenziando un apprezzamento intergenerazionale. Sono questi i risultati dell'analisi condotta dall'Osservatorio Uiv sui dati Lswr, secondo cui **in 6 casi su 10 gli acquisti di Prosecco nel primo mercato vinicolo mondiale sono effettuati da donne**.

Ma non solo. Le donne dimostrano di conoscere meglio l'offerta enologica italiana con un tasso di awareness pari al **76%** contro il 69% degli uomini. In particolare, **le bollicine trivenete raggiungono un livello di notorietà del 48% tra le donne e il 31% tra gli uomini.**

Il genere, però, non è l'unica variabile. Infatti, **nel 65% dei casi i consumatori di prosecco guadagnano oltre 80mila dollari all'anno** e più di un quarto di chi ama il Prosecco (27%) dichiara redditi per più di 150mila dollari.

Dal punto di vista geografico, il consumo di Prosecco raggiunge sia **la costa Atlantica che quella Pacifica**: oltre la media figurano i consumatori del New England, del South e Middle Atlantic fino al Pacific. Sul fronte del prezzo, nel fuori casa 7 **consumatori americani su 10 spendono più di 20 dollari al litro**, mentre si ribalta la proporzione nell'off-premise, dove il 61% dei consumatori sceglie a scaffale prodotti sotto i 20 dollari al litro.

Lato consumi, base Sipsource, l'Osservatorio Uiv rileva come il Prosecco sia di gran lunga il prodotto enologico italiano più acquistato negli Usa con una quota del **33% sul totale delle vendite made in Italy.** Il Prosecco rappresenta ormai un terzo dei volumi complessivi di sparkling consumati oltreoceano, grazie a una progressiva erosione di quote ai danni delle bollicine statunitensi e di quelle francesi.

**Infine, sul fronte dell'export, il 2024 si è chiuso con spedizioni di Prosecco verso gli Stati Uniti in crescita del 15% a valore, per un totale di 491 milioni di euro.** Un risultato favorito dall'accelerazione impressa da importatori e distributori nel tentativo di anticipare il possibile inasprimento dei dazi e mantenere continuità nello speciale rapporto con i consumatori.

«*Negli Stati Uniti il Prosecco è simbolo di eleganza, moderazione e stile di vita italiano, non è un caso se è apprezzato in tutte le fasce di età, con picchi tra le over 55. Ma la vera scommessa, oggi, è quella multietnica. Il Prosecco sino ad oggi è presidio dei consumatori bianchi, che rappresentano quasi l'80% del mercato, mentre fatica a raggiungere gli ispanici, i neri e gli asiatici. È proprio in queste coorti, sempre più rilevanti anche da un punto di vista demografico, che dobbiamo recuperare per attirare nuovi appassionati. Si tratta di attivare leve comunicative efficaci e promuovere la dimostrata versatilità dello sparkling made in Italy*», spiega in una nota stampa **il responsabile dell'Osservatorio Uiv, Carlo Flamini.**