# Vino bio italiano, negli USA vale il 51% dell'import

Mentre il consumo di vino negli Stati Uniti rallenta, l'Italia conquista una posizione di primo piano nel segmento biologico. Nel 2025 il vino bio italiano ha rappresentato il 51% del valore delle importazioni statunitensi di vino biologico, pari a 35,6 milioni di euro. Nei primi otto mesi del 2026 il valore è aumentato di un ulteriore 2,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. I dati arrivano dal primo focus 2026 realizzato da Nomisma per ITA.BIO, la piattaforma promossa da ICE Agenzia con il supporto di FederBio, e sono riportati da **Beverfood**. Il risultato assume particolare rilievo in un mercato complessivamente difficile. Nel 2025 gli americani hanno consumato 31,9 milioni di ettolitri di vino, il 10% in meno rispetto al 2019. Anche l'export italiano di vino nel suo insieme mostra segnali di debolezza: secondo i dati provvisori dell'Osservatorio del Vino di Unione Italiana Vini, nei primi nove mesi del 2026 le spedizioni verso gli Stati Uniti sono diminuite del 6% in valore, fermandosi a 1,27 miliardi di euro. Per capire le prospettive del biologico, Nomisma ha intervistato mille responsabili degli acquisti alimentari tra i 18 e i 65 anni residenti nello Stato di New York e in California. Il 19% acquista già vino bio italiano e, tra questi consumatori, il 71% lo considera superiore alle alternative americane o francesi, soprattutto per gusto, vitigni e cultura enologica. Un terzo prevede di aumentarne il consumo nei prossimi due o tre anni. Ma il dato più interessante per il fuori casa riguarda chi ancora non lo acquista: il 64% sarebbe disposto a provare un vino biologico italiano in un ristorante italiano, se suggerito nel menu o dal personale di sala. La ristorazione emerge così come un possibile canale di scoperta, soprattutto per prodotti che non hanno ancora una presenza consolidata nelle abitudini d'acquisto. Restano però ostacoli concreti. Tra i consumatori di alimenti biologici che non acquistano prodotti bio italiani, il 37% segnala difficoltà nel reperirli nei negozi abituali e il 30% nel riconoscerli. Il 40% li giudica troppo costosi, anche se il 74% del campione complessivo dichiara una disponibilità a pagare di più per un prodotto biologico italiano rispetto a uno americano equivalente.