vinetur

Le esportazioni di vino italiane perdono slancio

Nuovi mercati in Asia, America Latina ed Europa orientale emergono mentre i compratori tradizionali si indeboliscono.

martedì 2 giugno 2026



Gli esportatori italiani di vino si trovano ad affrontare un mercato globale più frammentato, con i compratori tradizionali in indebolimento e i mercati più nuovi che offrono la via più chiara alla crescita, secondo Denis Pantini, responsabile di Nomisma Wine Monitor, intervenuto lunedì al 79° Congresso Assoenologi a Conegliano, nelle colline del Prosecco in Veneto.

Pantini ha detto che il settore non può più contare soltanto sulle proprie destinazioni di export consolidate. Ha richiamato un mercato mondiale del vino che si è ridimensionato dopo anni di espansione, con le importazioni globali scese a 110 milioni di ettolitri nel 2025 e i consumi mondiali calati a 208 milioni di ettolitri. L'Europa ha registrato il calo più marcato, pari al 18%, mentre l'Asia è stata penalizzata dalla Cina. Per contro, l'Africa è cresciuta del 26%, l'Oceania del 10% e le Americhe del 4%.

Gli Stati Uniti restano il più grande mercato del vino al mondo, con oltre 33 milioni di ettolitri consumati internamente, di cui circa 12 milioni importati. Ma Pantini ha osservato che il mercato americano si è indebolito negli ultimi tre anni e che, a differenza delle precedenti fasi di rallentamento, l'attuale contrazione sta colpendo anche i produttori statunitensi. Il vino importato rappresenta oggi il 38% delle vendite nel Paese, contro circa il 30% di vent'anni fa.

Per l'Italia, il rallentamento è stato diffuso. Dopo aver superato gli 8 miliardi di euro di export vinicolo nel 2024, le spedizioni sono scese a 7,8 miliardi nel 2025, in calo del 3,6%. La flessione ha riguardato quasi tutte le categorie: i vini fermi e spumanti in bottiglia sono diminuiti del 4,3% in valore e del 2,2% in volume; gli spumanti hanno perso il 2,5% in valore ma sono saliti dello 0,7% in volume; il vino sfuso è calato dello 0,2% in valore e del 2,5% in volume; e i formati grandi hanno segnato un -3,9% in valore e -4% in volume.

L'andamento è stato diverso a seconda delle denominazioni. Il Prosecco, dopo un decennio di crescita ininterrotta, ha ceduto l'1,8% in valore ma ha tenuto bene nei volumi con un +2,6%. I rossi toscani sono scesi del 9,7% in valore e dell'1,7% in volume. I rossi piemontesi sono saliti dell'1,8% in valore e del 6,5% in volume, mentre i bianchi fermi siciliani hanno guadagnato il 2,4% in valore nonostante un lieve calo dei volumi. Particolarmente bene i vini DOC bianchi toscani, cresciuti del 6,4% in valore e del 13,9% in volume.

Pantini ha spiegato che la principale preoccupazione non riguarda solo i minori volumi ma anche la debolezza dei prezzi e i cambiamenti nel mix dei vini esportati. L'Italia ha retto meglio di diversi concorrenti, ha detto, citando il calo del 5% della Nuova Zelanda, quello del 14,6% dell'Australia, la flessione del 4,4% della Francia, il -5,1% della Spagna

e un brusco -36% per le esportazioni vinicole statunitensi.

Ha collegato il calo americano alle politiche tariffarie sotto la presidenza di Donald Trump, sostenendo che i dazi ritorsivi imposti da mercati chiave come Canada e Cina hanno di fatto chiuso importanti canali per il vino statunitense all'estero.

Anche il primo trimestre del 2026 si è confermato difficile per l'Italia. Rispetto allo stesso periodo del 2025, le esportazioni verso gli Stati Uniti sono diminuite di quasi il 40%, anche se Pantini ha detto che quel dato è distorto dall'accumulo anticipato di scorte lo scorso anno in vista dei dazi attesi; rispetto al primo trimestre del 2024, il calo è più vicino al 30%. Il Giappone ha mostrato un forte rimbalzo, con acquisti dall'Italia in aumento del 22%, e il Canada è salito del 5%, mentre la Cina resta profondamente debole con un meno27.5%.

Pantini ha sostenuto che per l'Italia esiste ancora margine di crescita aumentando la quota di produzione venduta all'estero. Ha detto che le cantine italiane esportano attualmente circa il 40%-45% della loro produzione e potrebbero realisticamente avvicinarsi al livello australiano del 58%, senza cercare di replicare il modello quasi totalmente export-oriented della Nuova Zelanda.

Secondo Pantini la crescita futura dipenderà dai mercati fuori dal nucleo tradizionale italiano, che oggi pesano più di dieci anni fa ma restano ancora sottosviluppati rispetto al loro potenziale. Gli analisti hanno individuato una dozzina di mercati emergenti combinando la domanda storica di vino italiano con le previsioni di crescita del Fondo monetario internazionale fino al 2030 e la dimensione demografica.

Questi mercati si concentrano in tre aree: Europa orientale e Asia centrale, inclusi Polonia, Romania, Repubblica Ceca e Kazakistan; Asia ed Estremo Oriente, inclusi Corea del Sud e Thailandia; e America Latina, dal Messico alla Colombia.

Pantini ha inoltre evidenziato le opportunità legate ai recenti accordi di libero scambio dell'Unione europea. Nei Paesi Mercosur, un blocco di circa 260 milioni di persone con un PIL complessivo intorno ai $3 trillion$, le importazioni di vino sono aumentate del 145% in cinque anni. I dazi sono destinati a scomparire nei prossimi sette anni, fattore che potrebbe migliorare le prospettive per i vini italiani che oggi detengono lì una quota

stimata dell’8%, trainati dai rossi toscani tra i consumatori brasiliani.

L’India resta una sfida più di lungo periodo perché consumi e importazioni sono ancora contenuti rispetto alla sua popolazione di circa1.47 billion people persone e a un PIL di circa $3.8 trillion$. Tuttavia l’Italia detiene già circa una quota10% di quel mercato, favorita dalla popolarità del Prosecco.

L’Australia è un altro mercato obiettivo dopo che un nuovo accordo di libero scambio ha aperto l’accesso a un Paese con reddito pro capite elevato e un PIL di circa $1.85 trillion$.

Sul fronte interno Pantini ha detto che il settore si trova davanti a un problema diverso: mantenere coinvolti i consumatori più giovani mentre cambiano le abitudini di consumo.

Il mercato domestico italiano del vino è sceso da22.3 million hectoliters nel 2024 a20.2 million hectoliters nel 2025, proseguendo una lunga transizione verso gli spumanti. Nel2015 lo spumante rappresentava poco più di una bottiglia su dieci consumate in Italia; oggi è circa una su sei. La quota dei vini rossi è scesa dal41% al37%, mentre il rosé si attesta intorno al7% e i vini bianchi fermi restano poco sotto40%.

Il boom delle vendite nei supermercati durante la pandemia si è esaurito, lasciando nuovamente sotto pressione i consumi interni in termini di volumi.

L’unica grande eccezione finora è il Metodo Classico spumante, che rappresenta circa10% della categoria degli spumanti ma è cresciuto25% nei volumi e17.5% nel valore nel primo trimestre di quest’anno.

Pantini ha affermato che il cambiamento demografico potrebbe rivelarsi ancora più importante delle tendenze dei mercati esteri. Le proiezioni Istat indicano una popolazione italiana sotto58 million entro2035, rispetto a oltre60 million nel picco raggiunto intorno al2015.

La base dei consumatori sta invecchiando mentre diminuisce il consumo abituale nelle varie fasce d’età. Tra gli italiani under24 le abitudini di consumo sono da tempo più occasionali che regolari; per questo la crisi recente li ha colpiti meno. Ma tra i35-50enni

il consumo abituale è calato nettamente negli ultimi20 anni: dal50%-60% nel2006 al30%-35% oggi.

Questo cambiamento suggerisce una rottura con il tradizionale modello mediterraneo italiano del vino quotidiano ai pasti e solleva interrogativi sul fatto che il consumo si stia invece concentrando nei fine settimana e nelle occasioni sociali.

Pantini ha detto che se il vino italiano continuerà a muoversi verso un uso occasionale e gli eccessi del fine settimana anziché verso un consumo quotidiano moderato,

il settore rischia di perdere uno dei suoi tratti culturali distintivi.