vinetur

Le importazioni di vino italiano crescono del 5,9% in 13 mercati emergenti, nonostante la flessione complessiva

Secondo Nomisma, nel primo semestre del 2026 le importazioni complessive di vino in questi Paesi sono diminuite del 3,7% in valore

mercoledì 18 novembre 2026



Nel primo semestre del 2026 il vino italiano ha guadagnato terreno in un gruppo di 13 mercati emergenti, nonostante il calo delle importazioni complessive di vino in quei Paesi, secondo un’analisi di Nomisma Wine Monitor presentata martedì 17 novembre a Roma.

Dallo studio emerge che nei primi sei mesi del 2026 le importazioni di vino italiano nei 13 mercati sono aumentate del 5,9% in valore. Nello stesso periodo, le importazioni complessive di vino in quei Paesi sono diminuite del 3,7% in valore. I dati indicano una performance dei fornitori italiani migliore rispetto a quella del mercato nel suo complesso in queste destinazioni.

L’analisi è stata presentata durante Win& - Mostra della Cultura del Vino Italiano, evento promosso dal Consorzio Italia del Vino e in programma martedì 17 e mercoledì 18 novembre presso gli Horti Sallustiani a Roma. Gli organizzatori hanno spiegato che l’evento di due giorni è stato concepito come un’occasione di confronto tra imprese, istituzioni, università e ricercatori sui cambiamenti del settore vitivinicolo e sulle prospettive di crescita della filiera del vino italiano.

Il Consorzio Italia del Vino ha dichiarato di riunire 24 aziende vitivinicole italiane, con un fatturato complessivo superiore a 1,8 miliardi di euro, e di rappresentare circa il 15% delle esportazioni di vino italiane.

I dati diffusi durante l’evento non indicavano quali fossero i 13 mercati emergenti inclusi nel confronto sul primo semestre e riportavano i risultati solo in valore, non in volume. Le cifre mostrano quindi come è cambiata la spesa per le importazioni, ma non consentono da sole di distinguere gli effetti dei prezzi, della composizione dei prodotti o dei tassi di cambio.

L’analisi di Nomisma ha inoltre rilevato una forte crescita delle esportazioni di vino italiano, nell’arco di un periodo più lungo, in diversi singoli mercati. Tra il 2015 e il 2025, le esportazioni di vino italiano sono aumentate del 507% in Romania, del 325% in Turchia e del 264% in Vietnam, secondo lo studio. Nello stesso periodo, il commercio mondiale di vino è cresciuto del 45%, ha riferito l’analisi.

Il rapporto ha messo in evidenza anche un quadro molto più debole negli Stati Uniti, uno dei principali mercati esteri per l'Italia. Nei primi nove mesi del 2026, le importazioni statunitensi di vino italiano sono diminuite del 18,4% in valore, in linea con il calo del 18,1% delle importazioni complessive di vino negli Stati Uniti, secondo Nomisma.

In Brasile, al contrario, il vino italiano ha registrato risultati migliori rispetto al mercato nel suo complesso. Nei primi nove mesi del 2026, le importazioni di vino italiano in Brasile sono aumentate del 6% in valore, mentre il mercato brasiliano delle importazioni di vino nel suo complesso è cresciuto del 2,1%, secondo l'analisi.

I dati diffusi a Roma hanno evidenziato anche segnali di tenuta dei consumi interni. Secondo Nomisma Wine Monitor, sulla base dei dati Istat, nel 2025 i consumatori abituali di vino rappresentavano il 39,3% della popolazione italiana. Nei primi nove mesi del 2026, le vendite nella grande distribuzione di spumanti prodotti con il metodo classico sono aumentate del 12,3% in volume rispetto allo stesso periodo del 2025.

I dati sono stati diffusi mentre i produttori italiani stanno valutando con maggiore attenzione la diversificazione al di fuori dei loro principali sbocchi tradizionali per l'export. Il contrasto tra la crescita nei 13 mercati emergenti e il calo negli Stati Uniti suggerisce che i produttori stanno trovando sacche di domanda in destinazioni più nuove, anche se alcuni mercati importanti si indeboliscono.

Nomisma ha presentato i risultati nell'ambito di un confronto più ampio su come l'industria vinicola italiana si stia adattando ai cambiamenti dei flussi commerciali, dei comportamenti dei consumatori e della concorrenza internazionale. I dati indicano che, mentre il settore continua a subire pressioni in alcuni mercati maturi, il vino italiano è riuscito a rafforzare la propria posizione in diversi Paesi dove la domanda complessiva di importazioni è stata più debole.

Il comunicato non riportava i valori assoluti delle importazioni o delle esportazioni nei mercati citati né una metodologia dettagliata per la selezione dei mercati emergenti. Il confronto sul primo semestre ha comunque evidenziato uno scarto di 9,6 punti percentuali tra l'aumento delle importazioni di vino italiano e il calo delle importazioni complessive di vino in quei Paesi, sottolineando la forza relativa dell'Italia in questo

gruppo di mercati.