Champagne: l’export traina la ripresa, ma i vigneron restano in difficoltà

scritto da Emanuele Fiorio | 20 Novembre 2026



Lo Champagne torna a crescere dopo tre anni difficili, raggiungendo 174,2 milioni di bottiglie spedite nei primi nove mesi del 2026 (+3,2). A trainare il mercato sono le esportazioni, mentre il mercato domestico continua a perdere terreno. Ma la ripresa è disomogenea: le grandi Maison accelerano, le cooperative restano stabili e i vigneron indipendenti soffrono.

Dopo tre anni consecutivi di contrazione, il mercato dello Champagne mostra i primi segnali di inversione di tendenza. Ma dietro il ritorno alla crescita si nasconde una situazione meno uniforme di quanto suggerisca il dato complessivo. **Sono soprattutto le esportazioni e le grandi Maison a sostenere le**

spedizioni, mentre i vigneron indipendenti continuano a soffrire, penalizzati dalla debolezza del mercato francese.

Secondo i dati del Comité Champagne, nei primi nove mesi del 2026 le spedizioni hanno raggiunto **174,2 milioni di bottiglie, in aumento del 3,2% rispetto allo stesso periodo del 2025**. Il risultato è interamente riconducibile alla performance dei mercati internazionali: l'export è cresciuto del 6,8%, arrivando a 109,8 milioni di bottiglie. Di segno opposto il mercato domestico, dove le spedizioni sono diminuite del 2,5%, fermandosi a 64,4 milioni.
Un andamento che conferma una tendenza ormai strutturale: la capacità dello Champagne di trovare sbocchi commerciali all'estero rappresenta un elemento fondamentale per compensare il rallentamento della domanda interna.

Settembre conferma il recupero, ma la Francia resta fragile

Il mese di settembre ha contribuito positivamente al bilancio dei primi nove mesi. Le spedizioni complessive hanno raggiunto 25,7 milioni di bottiglie, con una crescita del 7,8% rispetto allo stesso mese del 2025.

Anche il mercato francese ha mostrato un segnale incoraggiante, con un incremento del 3,1% a 9,4 milioni di bottiglie. Ancora più significativa la performance internazionale, che ha registrato un aumento del 10,7%, raggiungendo 16,2 milioni di bottiglie.

Allargando l'orizzonte agli ultimi dodici mesi, da ottobre 2025 a settembre 2026, la crescita risulta tuttavia più contenuta: 271,4 milioni di bottiglie spedite, appena lo 0,8% in più rispetto ai dodici mesi precedenti. Le esportazioni sono aumentate del 3,7%, a 159 milioni di bottiglie, mentre la Francia ha perso il 3,1%, scendendo a 112,5 milioni.

Il confronto con il 2025, quando le spedizioni annuali si

erano fermate a circa 266 milioni di bottiglie, restituisce dunque un quadro di moderata ripresa, ancora lontano da una crescita consolidata.

Maison protagoniste, cooperative in equilibrio e *vigneron* in difficoltà

La distribuzione dei risultati tra le diverse categorie produttive è probabilmente l'aspetto più interessante dell'intera rilevazione.

Le Maison sono il principale motore della crescita dello Champagne. Nei primi nove mesi del 2026 hanno spedito 133 milioni di bottiglie, con un incremento del 5,1%. Particolarmente positiva la componente internazionale, in aumento del 7,7%, mentre il mercato francese ha registrato una flessione dell'1,1%. **A settembre le Maison hanno accelerato ulteriormente**, con spedizioni complessive in crescita del 10% e un export in aumento dell'11,2%. Anche considerando gli ultimi dodici mesi, il bilancio rimane positivo: +2,2% complessivo e +3,9% sui mercati internazionali.

Le cooperative presentano invece una situazione sostanzialmente stabile. Le spedizioni dei primi nove mesi si sono attestate a 13,8 milioni di bottiglie, con una flessione marginale dello 0,2%. La crescita del mercato francese (+3,6%) ha compensato soltanto in parte la contrazione dell'export (-3,8%). Settembre ha comunque restituito un segnale positivo, con un aumento complessivo del 5,3% e un recupero delle esportazioni dell'8,9%.

Ben più complicata la situazione dei *vigneron* indipendenti, la categoria maggiormente esposta alle difficoltà del mercato domestico. Nei primi nove mesi dell'anno le loro spedizioni sono diminuite del 4%, fermandosi a 27,4 milioni di bottiglie. In Francia la contrazione ha raggiunto il 7%, mentre le esportazioni sono cresciute del 5,7%.

Il dato di settembre conferma questa dicotomia: nonostante un aumento dell'export del 7,2%, le spedizioni complessive dei produttori indipendenti sono diminuite dell'1,9%. Sul periodo di dodici mesi la flessione arriva al 4,6%.

La differenza tra Maison e *vigneron* non è soltanto quantitativa, ma racconta due differenti capacità di affrontare il mercato. Le prime beneficiano di una maggiore presenza internazionale e di strutture commerciali consolidate; i secondi, che collocano circa l'80% dei propri volumi in Francia, risentono maggiormente della contrazione della domanda interna.

Gli spunti per il vino italiano: aggregazione e collaborazione

I numeri dello Champagne offrono alcune indicazioni interessanti anche per le imprese vitivinicole italiane. La prima riguarda il valore strategico dell'internazionalizzazione: **un mercato domestico in difficoltà può essere compensato soltanto attraverso una presenza internazionale strutturata**, capace di diversificare destinazioni, canali distributivi e tipologie di clientela.

Non basta, tuttavia, esportare di più. La crescita concentrata nelle Maison dimostra quanto contino dimensione organizzativa, continuità commerciale, investimenti sui mercati e capacità di presidiare i rapporti con importatori e distributori.

Per le cantine italiane di dimensioni medio-piccole, la sfida consiste nel trovare formule di aggregazione e collaborazione che permettano di condividere competenze e costi di accesso ai mercati esteri, senza rinunciare alla propria identità produttiva.

C'è poi un secondo elemento da non sottovalutare: **la diversificazione geografica non deve trasformarsi in una nuova dipendenza, questa volta dai mercati internazionali.** La

debolezza della domanda francese dimostra quanto rapidamente possa cambiare l’equilibrio di un settore anche quando il prodotto gode di un posizionamento consolidato.

Infine, la crescita delle spedizioni non deve essere confusa automaticamente con un aumento dei consumi o del valore economico delle vendite. Volumi, prezzi medi, marginalità e rotazione delle scorte devono essere letti insieme.

Punti chiave:

1. **Spedizioni in ripresa:** nei primi nove mesi del 2026 lo Champagne raggiunge 174,2 milioni di bottiglie, in crescita del 3,2% sul 2025.
2. **Export protagonista:** le esportazioni aumentano del 6,8% a 109,8 milioni di bottiglie, mentre il mercato francese arretra del 2,5%.
3. **Maison in accelerazione:** le grandi aziende registrano una crescita del 5,1% nei primi nove mesi, sostenuta soprattutto dai mercati internazionali.
4. **Vigneron in difficoltà:** i produttori indipendenti perdono il 4%, penalizzati dalla contrazione del 7% delle vendite in Francia.
5. **Una lezione per l’Italia:** diversificazione dei mercati, aggregazione e organizzazione commerciale sono fondamentali per rafforzare la competitività internazionale.