

Osservatorio enoturismo 2025 di Wine Suite: i numeri che trasformano le cantine in aziende data-driven

scritto da Redazione Wine Meridian | 11 Maggio 2026



L'Osservatorio Enoturismo 2025 di Wine Suite, presentato a Vinality Tourism il 15 aprile 2026, fotografa un settore in piena crescita: visitatori in aumento del 15,3%, spesa media per esperienza a 136 euro e prenotazioni digitali al 68,7%. I dati, raccolti da oltre 1.200 cantine in nove Paesi, segnalano una forte internazionalizzazione e una progressiva destagionalizzazione dei flussi.

Il convegno di Wine Suite tenutosi mercoledì 15 aprile 2026 a Vinality Tourism ha offerto una radiografia precisa dello stato di salute dell'enoturismo italiano, trasformando le

percezioni empiriche in certezze manageriali. **Filippo Galanti, co-fondatore di Wine Suite**, ha illustrato i dati dell'**Osservatorio Enoturismo 2025**, uno studio che poggia su una base statistica imponente derivante da oltre 1.200 realtà produttive e nove Paesi. I risultati mostrano un comparto che ha saputo non solo attrarre più persone, ma anche aumentare il valore generato da ogni singola visita.

Flussi e redditività: la crescita del valore in cantina

L'anno 2025 ha segnato un progresso significativo per l'accoglienza in Italia. Il numero medio di visitatori per azienda è aumentato del 15,3% rispetto all'anno precedente. Tuttavia, il dato più rilevante riguarda la capacità delle cantine di monetizzare questo flusso: **le vendite dirette nel punto vendita sono cresciute del 18,8%**, a dimostrazione di una maggiore efficacia nei processi di conversione durante l'esperienza.

Anche la propensione alla spesa per le singole attività è in aumento. **Lo scontrino medio per l'acquisto di esperienze ha raggiunto i 136 euro**, segnando un incremento del 5,4% rispetto al 2024 e consolidando un trend di crescita costante iniziato nel post-pandemia. Se si osserva il valore medio della sola prenotazione per persona, la cifra si attesta a 39,4 euro, con un balzo del 7% nell'ultimo anno.

Il nuovo profilo dell'enoturista: internazionalizzazione e destagionalizzazione

L'indagine evidenzia una mutazione profonda nell'origine dei visitatori. Mentre nel 2021 la componente italiana dominava il mercato con il 71,8%, **nel 2025 la quota di turisti stranieri è salita al 43,3%**. Di riflesso, l'inglese è diventato una lingua fondamentale per l'accoglienza, essendo utilizzato nel 46,8%

delle visite totali, contro il 30,7% di soli quattro anni fa.

Tra i mercati esteri, **gli Stati Uniti si confermano il primo paese di provenienza con il 13,1% degli arrivi internazionali**, seguiti da Germania (3,8%) e Regno Unito (3,4%).

Un altro segnale positivo arriva dalla distribuzione dei flussi durante l'anno e la settimana. **Sebbene settembre rimanga il mese di picco (14,8%), si nota una distribuzione più equilibrata** rispetto al passato, con una riduzione della concentrazione estrema nei mesi estivi che caratterizzava il 2021. Anche il fine settimana sta perdendo la sua egemonia assoluta: le visite del sabato sono scese dal 31,4% del 2021 al 25,8% del 2025, a favore di una crescita dei giorni feriali come il giovedì e il venerdì. **Le visite nella domenica rimangono basse (15,8%), ma ciò può essere letto come una chiusura da parte delle aziende** e non necessariamente come una decisione del visitatore.

Comportamento di acquisto e ruolo della tecnologia

La digitalizzazione non è più un'opzione, ma il motore della redditività. L'Osservatorio rivela che il 68,7% delle prenotazioni avviene oggi tramite canali automatici. Questo dato è strettamente legato alle abitudini dei consumatori: **oltre il 36% delle prenotazioni totali viene effettuato in orario serale o notturno**, tra le 18:00 e le 08:00 del mattino, quando gli uffici delle cantine sono solitamente chiusi. Senza uno strumento di booking online attivo 24/7, le aziende rischierebbero di perdere più di un terzo della domanda potenziale.

La sfida della gestione strutturata

I dati presentati a Vinitaly Tourism 2026 confermano che l'enoturismo italiano è entrato in una fase di maturità che richiede competenze gestionali avanzate. Non è più sufficiente

“accogliere”, è necessario “gestire” il dato per comprendere chi sia il visitatore e quale valore possa generare nel tempo attraverso il CRM e il marketing mirato.

Le cantine che hanno adottato processi strutturati e tecnologie di automazione stanno registrando crescite a doppia cifra, bypassando i limiti fisici della stagionalità e degli orari di ufficio.

Punti chiave

1. **Visitatori e vendite dirette in crescita:** +15,3% di presenze e +18,8% nelle vendite in cantina rispetto al 2024.
2. **La spesa media per esperienza sale a 136€**, con un incremento del 5,4% e un trend positivo costante dal post-pandemia.
3. **Il 43,3% dei turisti è straniero:** gli USA guidano con il 13,1%, l'inglese è ora la lingua del 46,8% delle visite.
4. **Il 68,7% delle prenotazioni avviene online**, oltre un terzo fuori dall'orario di ufficio: il booking digitale 24/7 è essenziale.
5. **La stagionalità si attenua:** settembre resta il picco (14,8%), ma crescono le visite nei giorni feriali come giovedì e venerdì.