

Vino argentino, il calice è amaro: criticità ed export ai minimi storici

scritto da Emanuele Fiorio | 5 Febbraio 2026



Il settore vitivinicolo argentino affronta una crisi senza precedenti, con esportazioni ai minimi da vent'anni. Tra inflazione galoppante e il mutamento culturale della Generazione Z, le cantine barcollano. Eppure, l'innovazione e il segmento luxury offrono uno spiraglio di luce: un esempio è Trivento, il principale esportatore mondiale di vino argentino, che sta reinventando il Malbec per conquistare i nuovi mercati globali e resistere alla tempesta economica.

L'industria del vino argentino sta attraversando uno dei suoi momenti più complessi degli ultimi decenni. I dati diffusi dall'**Istituto Nazionale della Viticoltura (INV)** argentino delineano un quadro preoccupante: il 2025 ha fatto registrare

il **volume di esportazioni più basso dal 2004** e il valore economico più esiguo dal 2009. Una flessione che non è solo un numero statistico, ma il sintomo di una tempesta perfetta che agita le cantine di Mendoza e dintorni.

I numeri della crisi

Nel corso dell'ultimo anno, le esportazioni totali sono **calate del 7%** rispetto all'anno precedente. In termini assoluti, l'Argentina ha spedito oltreoceano **1,9 milioni di ettolitri** di vino, una contrazione netta rispetto ai 2 milioni registrati nel periodo precedente. Anche il trasporto marittimo riflette questa frenata: i dati della piattaforma DataLiner indicano che, tra gennaio e novembre 2025, sono stati spediti solo 1.253 TEU (container standard) di vino.

Sebbene il calo sia stato meno drammatico rispetto ai picchi negativi di luglio e agosto, dove le perdite superavano il 15% su base annua, la tendenza rimane chiaramente negativa.

Una “combo esplosiva” di fattori interni ed esterni

Secondo **Magdalena Pesce**, CEO di Wines of Argentina (WofA), le ragioni di questo tracollo vanno ricercate in un mix di dinamiche domestiche e internazionali. “L'economia argentina ha un impatto diretto”, spiega Pesce. Nonostante un'inflazione che accenna a stabilizzarsi, i **costi di produzione restano elevatissimi**, erodendo la competitività del prodotto argentino sugli scaffali mondiali.

A queste criticità si aggiungono:

- **Costi logistici proibitivi** che rendono difficile competere sul prezzo.
- Una **frenata nei mercati strategici** come Stati Uniti e Cina.

- **Difficoltà strutturali** che il settore trascina ormai da anni.

Il mercato statunitense, in particolare, rappresenta una vera e propria ancora di salvezza: l'Argentina esporta circa il 25-28% della sua produzione totale, e di questa, quasi la metà è destinata proprio agli USA. Tuttavia, la congiuntura economica americana sta spingendo i consumatori a una maggiore prudenza, influenzando negativamente le vendite.

Oltre all'economia, è in atto un **profondo mutamento culturale**. Come sottolineato dai leader del settore, le nuove generazioni, in particolare la **Gen Z**, si avvicinano all'alcol in modo radicalmente diverso rispetto ai loro genitori. Non si tratta di un disinteresse totale verso il vino, ma di una ricerca costante di **opzioni più leggere e meno alcoliche**.

Il declino dei consumi è un fenomeno globale che l'Argentina sta inevitabilmente subendo. Il settore si trova dunque a un bivio: adattarsi a nuove abitudini o rischiare l'irrilevanza.

La resilienza del segmento premium: l'esempio di Trivento

In questo scenario a tinte fosche, non mancano però segnali di speranza. Alcune realtà sono riuscite a invertire la rotta puntando sulla qualità estrema e sull'innovazione. È il caso di **Trivento**, il principale esportatore mondiale di vino argentino, che ha chiuso l'anno con risultati positivi nonostante un **aumento dei dazi del 10% nel mercato USA**.

Il segreto, secondo il CEO **Marcos Jofré**, risiede nella diversificazione e nel valore aggiunto. Mentre il mercato di massa soffre, i segmenti **Premium, Ultra Premium e Luxury** tengono. Prodotti come il Golden Reserve hanno visto una crescita del 30%, mentre il rivoluzionario **White Malbec** – un vino bianco ottenuto da uve rosse Malbec – ha registrato un

balzo del **60% nelle vendite**.

“Stiamo investendo molto in varietali come il Cabernet Sauvignon e in innovazioni che possano aprire nuove occasioni di consumo”, conclude Jofré. La strategia è chiara: se i volumi diminuiscono, la sopravvivenza del vino argentino passerà dalla sua capacità di reinventarsi come un prodotto d'eccellenza, capace di affascinare un pubblico gourmet e consapevole.

Punti chiave:

1. Crollo storico dei volumi di **esportazione ai livelli del 2004**, con una flessione del 7% registrata nell'ultimo anno.
2. Forte impatto dei **costi logistici elevati** e dell'instabilità economica interna sulla competitività del prodotto argentino all'estero.
3. Rallentamento della domanda nei **mercati strategici di Stati Uniti e Cina**, condizionati da una congiuntura economica globale sfavorevole.
4. Mutamento strutturale dei consumi nella **Generazione Z**, che predilige varianti più leggere e occasioni di consumo meno tradizionali.
5. Resilienza e crescita dei **segmenti Premium e Luxury**, trainati da prodotti innovativi come il White Malbec e il Cabernet Sauvignon di alta gamma.