Envisioning 2035, Pantini: “Se Atene piange, Sparta non ride”, l’export 2025 si chiude in calo quasi ovunque

scritto da Emanuele Fiorio | 21 Giugno 2026

Il vino italiano frena ma resiste alla tempesta geopolitica e demografica. Al forum Envisioning 2035, Denis Pantini di Nomisma fotografa un export 2025 a -3,6%, un calo diffuso che tuttavia batte i crolli di Francia, Spagna e il tracollo USA. Tra consumatori che invecchiano e il tramonto del mito cinese, la svolta passa da investimenti nell’enoturismo e mercati emergenti.

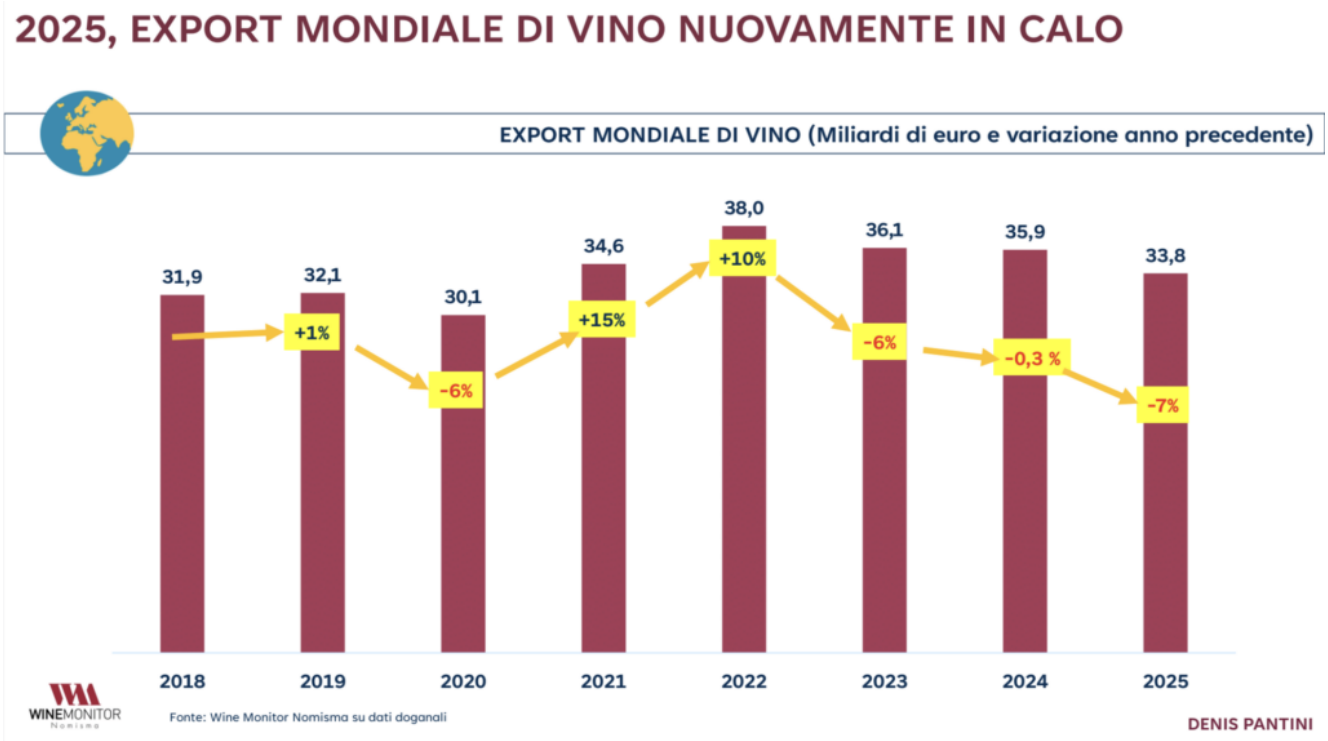
Si è svolta giovedì 4 giugno 2026, sulla Terrazza Belvedere di Palazzo Regione Lombardia a Milano, la seconda edizione di **Envisioning 2035 – Wine [R]evolution**, l’evento promosso da

Wine Meridian e sostenuto da FreedL Group che ogni anno riunisce imprenditori, analisti e manager del settore vitivinicolo. L’obiettivo della giornata, moderata dal Direttore responsabile di Wine Meridian Fabio Piccoli, è andare oltre la fotografia della crisi e arrivare a priorità strategiche concrete in vista del 2035.

Ad aprire i lavori è stato **Denis Pantini**, responsabile Agrifood e Wine Monitor di Nomisma, l’osservatorio considerato tra i più autorevoli in Italia per l’analisi dei mercati del vino. Pantini ha scelto la strada della trasparenza fin dalle prime battute: *«Cercherò in 12 minuti di condensare e darvi un po’ di numeri che fotografano quella che è la realtà. **Non indorerò la pillola** e sarò più realista del re».*

Export globale in frenata, Cina ferma

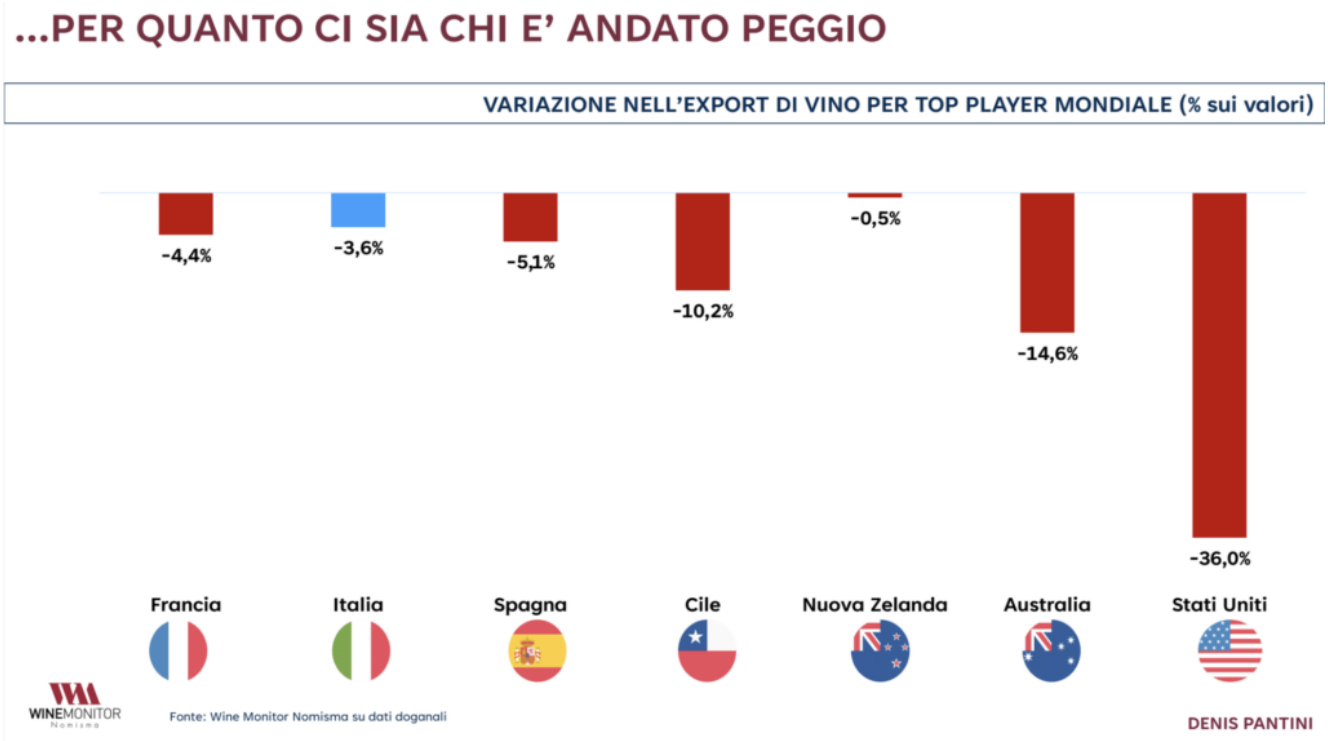
I dati presentati raccontano un export mondiale di vino che, dopo il record di 38 miliardi di euro toccato nel 2022, ha **chiuso l’ultimo anno con una riduzione del 7% a valore**. Gli Stati Uniti, primo mercato al mondo, segnano un -4%, la Germania un -5%. La Cina resta la grande incognita: *«È il grande assente e, ahimè, vedendo anche le dinamiche demografiche dei prossimi anni, forse lo sarà in eterno»*, ha osservato Pantini, sottolineando un **crollo dell’import cinese del 14% nel primo trimestre 2026**. *«Quell’El Dorado che avevamo visto prima del Covid di crescita continua nei consumi di vino, in realtà oggi si è completamente arrestato»*, ha aggiunto, ricordando che persino i produttori attivi in Cina hanno ridotto le produzioni nazionali, segnale di una fiducia in calo continuo sul settore.



In questo scenario **l'Italia ha retto con un +2% a volume**, ma Pantini ha invitato a leggere il dato con attenzione: la crescita riguarda in larga parte i **vini da tavola**, *«trainata al rialzo proprio anche in virtù di un ridotto potere d'acquisto e quindi di ricerca di convenienza».* **Le esportazioni italiane sono scese del 3,6%**, tornando sotto gli 8 miliardi di euro dopo il record del 2022. Un calo trasversale a tutte le categorie, fatta eccezione per gli spumanti che guadagnano qualcosa sul fronte dei volumi.

Il confronto con i competitor

Per dare la giusta proporzione al risultato italiano, Pantini ha messo sul tavolo i numeri della concorrenza internazionale: *«**Se Atene piange, Sparta non ride**, perché è vero, noi abbiamo perso il 3,6%, ma guardando a quello che hanno fatto gli altri competitor non è che siano andati molto meglio».* Francia -4,4%, Spagna -5,1%, Cile -10,2%, Australia -14,6%. Gli **Stati Uniti**, colpiti dalla guerra dei dazi voluta da Trump e dalle ritorsioni di Cina e Canada, segnano un **-36%:** *«Questo è il dato, diciamo così, della legge del contrappasso legata ai dazi di Trump».*



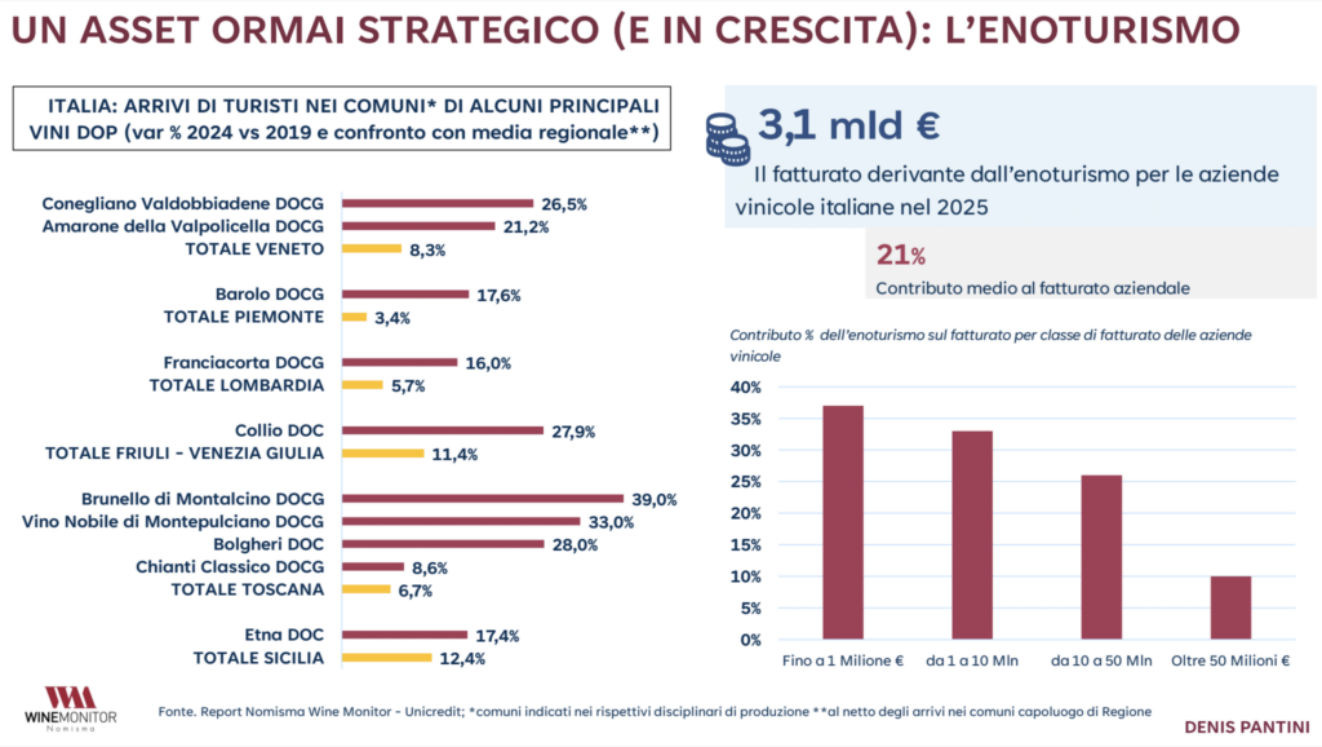
Una base di consumatori che invecchia

Sul mercato interno, Pantini ha individuato un **cambiamento strutturale più che congiunturale.** Confrontando il 2015 con l'anno scorso, su 100 bottiglie consumate gli spumanti sono passati da 11 a 15, i vini rossi fermi sono scesi da 41 a 37. La causa, secondo l'analisi di Nomisma, va cercata nell'età dei consumatori: *«Nel 2006 gli over 45 erano poco più della metà di tutta la consumer base, oggi sono i due terzi».* E proprio in questa fascia il consumo quotidiano si è ridimensionato in modo netto: **tra i 45-64enni la quota di chi consuma vino quotidianamente o più volte a settimana è scesa dal 63% al 37% in vent'anni.**

Tra le tendenze emergenti, **Pantini ha citato i vini dealcolati**, ancora una nicchia (circa 400mila bottiglie vendute nella grande distribuzione lo scorso anno) ma destinata a crescere, soprattutto tra i più giovani: **il 31% della Gen Z** si dichiara interessato a provarli, contro una media generale del 24%.

Enoturismo, un’opportunità che richiede investimenti

Tra i segnali più incoraggianti, Pantini ha indicato l’enoturismo. Nei comuni delle principali denominazioni, l’afflusso turistico è cresciuto ben oltre la media regionale: Conegliano Valdobbiadene +26%, Franciacorta +16%. Il giro d’affari legato all’enoturismo, comprensivo di vendita diretta e hospitality, supera 3 miliardi di euro, pari al **20% del fatturato di settore e fino al 35% per le piccole cantine.** Un punto, però, su cui Pantini ha voluto essere chiaro: *«**L’enoturismo non deve essere visto come un ripiego**, ma è una strategia che richiede investimenti. Non è qualcosa che avviene in maniera automatica, ma che può dare una risposta molto importante alle nostre aziende in questo momento così complicato».*



Guardare oltre i mercati tradizionali

Pantini ha chiuso l’intervento guardando alle geografie emergenti. Nel 2019 i primi 14 mercati pesavano l’85% dell’export italiano, oggi questa quota è scesa a poco più

dell’80%, a vantaggio di un **paniere più ampio di mercati** export che oggi pesa quasi il 20%. Polonia, Messico, Corea del Sud, Thailandia e diversi paesi dell’Europa dell’Est mostrano insieme crescita del PIL pro capite e aumento dell’import di vino italiano: una mappa di opportunità che, secondo Pantini, **può affiancare i mercati storici senza pretendere di sostituirli.**

Punti chiave:

1. **Resistenza italiana al calo globale:** Nel 2025 l’export di vino italiano scende del 3,6% sotto gli 8 miliardi di euro, una flessione trasversale ma più contenuta rispetto a competitor come Francia (-4,4%), Spagna (-5%) e Stati Uniti (-36%).
2. **Il fattore Cina e la frenata USA:** Il mercato cinese si conferma in arresto strutturale (-14% di import nel primo trimestre 2026), mentre gli Stati Uniti subiscono pesantemente l’impatto della guerra dei dazi doganali.
3. **Invecchiamento della consumer base:** In Italia gli over 45 rappresentano ormai i due terzi dei consumatori, ma la quota di chi consuma vino quotidianamente in questa fascia d’età è quasi dimezzata in vent’anni, scendendo dal 63% al 37%.
4. **Enoturismo come asset strategico:** L’accoglienza in cantina e la vendita diretta generano oltre 3 miliardi di euro (fino al 35% del fatturato per le piccole aziende), confermandosi una leva fondamentale che richiede però investimenti mirati.
5. **Nuove geografie ed emergenti:** I mercati tradizionali perdono quota a favore di nuove destinazioni come Polonia, Messico, Corea del Sud e Thailandia, che registrano crescite costanti del PIL e dell’import di vino italiano.